الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

-جامعة الحاج لخضر-باتنة-

كلية الحقوق

قسم الإعلام والاتصال

تخصص اتصال وعلاقات عامة

نيابة العمادة المكلفة

بالدراسات العليا والبحث العلمي

تخصص إتصال وعلاقات عامة

الإعلام الأمني في الجزائر ودور العلاقات العامة في تطويره

-الأمن المروري نموذجا-

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال والعلاقات العامة

إعداد الطالبة:
أمينة حمراني

إشراف الدكتورة:
رحيمة عيساني

لجنة المناقشة:

د.أحمد عيساوي	أستاذ محاضر	جامعة الحاج لخضر .باتنة.	رئيسا
د.رحيمة عيساني	أستاذة محاضرة	جامعة الحاج لخضر .باتنة.	مشرفة و مقررة
أ.د.حسين خريف	أستاذ التعليم العالي	جامعة منتوري .قسنطينة.	ممتحنا
د.مفيدة بلهامل	أستاذ محاضر	جامعة الأمير عبد القادر .قسنطينة.	ممتحنا

الموسم الجامعي: **2010/2009**

مقدمة:

تزداد الحاجة للإعلام كلما ازداد المجتمع تعقيدا و تقدمت المدنية و ارتفع المستوى الفكري والتعليمي والثقافي لأفراده ، لذا اتجه الإعلام مثلما اتجهت الحياة إلى التخصص و ذلك أن الإعلام يعد المرآة العاكسة لما يستجد على ساحات الحياة و مجالاتها من تطورات و تفاعلات تحدث تأثيرها المباشر و غير المباشر على حياة الشعوب.

و منه فقد أصبح الإعلام محورا أساسيا لمختلف الظواهر الإنسانية فاختلفت بذلك أنواعه بعدما ظل لفترة طويلة مرتبطا بالسياسة كمضمون له،فاتسعت مجالاته حاليا و أصبح يشمل العديد من التخصصات و العديد من القضايا، إذ أصبح يأخذ صفة القضية التي يتناولها ، فإذا كانت سياسية يكون إعلاما سياسيا،وإذا كانت اقتصادية يصبح إعلاما اقتصاديا،و يغدو ثقافيا إذا كانت القضية ثقافية، اجتماعيا،حضاريا و بيئيا إذا كانت القضية كذلك.

و يكون الإعلام أمنيا عندما تكون القضية التي يواجهها قضية أمنية تتعلق بسلامة البشر وسلامة أعراضهم و أموالهم ومكتسبات وطنهم ، يعتبر هذا الأخير إعلاما حديثا مقارنة بالأنواع الإعلامية الأخرى غير أنه لايزال في خطواته الأولى على مستوى الوطن العربي بالرغم من بعض الجهود المرموقة لبعض الإعلاميين الذين اثروا التخصص في هدا المجال،أو بالنسبة للأجهزة الأمنية التي تمارس نشاطات إعلامية إضافة إلى نشاطاتها الأمنية قصد تفعيل العملية الإعلامية الأمنية بين المؤسسات الأمنية والمواطنين.

يمكن اعتبار الإعلام الأمني بذلك جسرا للتواصل بين الطرفين نظرا لأنه إعلام يهدف في مضمونه إلى إبراز جهود رجل الشرطة و كسب ثقة و تعاون الجمهور في المقابل و إيصال الرسالة الشرطية بفعالية، غير أن فعالية تلك الرسالة مرهون إلى حد بعيد بمدى تفوق العلاقات العامة بالشرطة في تزويد المواطن بالمعلومات الأمنية و نشر الثقافة الأمنية ورفع مستوى المسؤولية و الحس الأمني لديه، و تعريفه بمجهودات الشرطة في سبيل حفظ أمنه و استقراره ،حيث تهدف العلاقات العامة بالشرطة من خلال نشاطاتها الإعلامية بالدرجة الأولى إلى تحسين العلاقة بين الجمهور الداخلي المتمثل في رجال الشرطة والجمهور الخارجي المتمثل في المواطنين بخلق جو من الثقة و التعاون.

نظرا للأهمية التي تلعبها إدارة العلاقات العامة في الشرطة كما سبق الذكر يستدعي ذلك أن تكون أهدافها ملامسة للواقع و أن تكون رسائلها مؤثرة و فعالة تقاس نتائجها على أرض الواقع حيث يمكن قياس مدى فعالية العلاقات العامة بالشرطة بمدى فعالية الإعلام الأمني الذي تصدره ففعالية هذا الإعلام

متوقفة على مدى فعالية العلاقات العامة – الموجهة والمطورة له – و ذلك بمدى استجابة الجماهير للرسائل الإعلامية فزيادة استجابة الجماهير و ارتفاع مستوى المسؤولية الأمنية و الحس و كذا الوعي الأمني لديها مؤشر لنجاح العلاقات العامة بالشرطة و قدرتها على تفعيل الرسالة الإعلامية الأمنية و نجاحها في إقناع الجماهير بمدى أهمية الإعلام الأمني و الاستجابة لرسائله.

خطة البحث:

مقدمة

الفصل الأول: ***إشكالية و أطر الدراسة.***

أولا: إشكالية الدراسة و مفاهيمها

1 – تحديد إشكالية الدراسة و فرضياتها.

2 – أهمية الدراسة و أسباب اختيار الموضوع.

3 – تحديد مفاهيم الدراسة.

ثانيا: الاطار النظري للدراسة

1 - الدراسات السابقة.

2 – النظرية الوظيفية.

3 – نظريات الإقناع.

ثالثا: الإطار المنهجي للدراسة

1 – منهج الدراسة.

2 – أدوات جمع البيانات.

3 – عينة الدراسة.

الفصل الثاني: ***ماهية الإعلام الأمني، و مرتكزا ته بالجزائر.***

أولا: الإعلام الأمني

1 – مفهوم الإعلام الأمني.

2 – أهمية الاعلام الأمني.

3 - خصائص الاعلام الأمني.

ثانيا: إستراتيجية الإعلام الأمني

1- وظائف الإعلام الأمني ووسائله.

2 - أهداف الإعلام الأمني.

3 – إستراتيجية الإعلام الأمني في الإقناع.

ثالثا: مرتكزات الإعلام الأمني بالجزائر

1 – التشريعات و القوانين.

2 – المرتكزات الثقافية.

3 – المرتكزات الاجتماعية.

الفصل الثالث: ***العلاقات العامة بالشرطة و الأمن المروري.***

أولا: العلاقات العامة

1 – مدخل إلى العلاقات العامة.

2 – إستراتيجية العلاقات العامة.

3 – القائم بالعلاقات العامة.

ثانيا: العلاقات العامة بالشرطة:

1 – مفهوم العلاقات العامة بالشرطة.

2 – مكانة العلاقات العامة بالشرطة.

3 – العلاقات العامة الخارجية و الداخلية بالشرطة.

ثالثا: وسائل العلاقات العامة بالشرطة في تجسيد الأمن المروري

1 – العلاقات العامة بالشرطة و الإعلام .

2- الوسائل المباشرة.

3 – الوسائل غير المباشرة.

الفصل الرابع: ***الدراسة الميدانية.***

أولا: العلاقات العامة بين الشرطة و الجمهور.

ثانيا: دور العلاقات العامة بالشرطة في التوعية المرورية.

ثالثا: دور العلاقات العامة في التخفيض من حوادث المرور.

خاتمة

مقدمة:

تزداد الحاجة للإعلام كلما ازداد المجتمع تعقيدا و تقدمت المدنية و ارتفع المستوى الفكري والتعليمي والثقافي لأفراده ، لذا اتجه الإعلام مثلما اتجهت الحياة إلى التخصص و ذلك أن الإعلام يعد المرآة العاكسة لما يستجد على ساحات الحياة و مجالاتها من تطورات و تفاعلات تحدث تأثيرها المباشر و غير المباشر على حياة الشعوب.

و منه فقد أصبح الإعلام محورا أساسيا لمختلف الظواهر الإنسانية فاختلفت بذلك أنواعه بعدما ظل لفترة طويلة مرتبطا بالسياسة كمضمون له،فاتسعت مجالاته حاليا و أصبح يشمل العديد من التخصصات و العديد من القضايا، إذ أصبح يأخذ صفة القضية التي يتناولها ، فإذا كانت سياسية يكون إعلاما سياسيا،وإذا كانت اقتصادية يصبح إعلاما اقتصاديا،و يغدو ثقافيا إذا كانت القضية ثقافية اجتماعيا،حضاريا و بيئيا إذا كانت القضية كذلك.

و يكون الإعلام أمنيا عندما تكون القضية التي يواجهها قضية أمنية تتعلق بسلامة البشر وسلامة أعراضهم و أموالهم ومكتسبات وطنهم ، يعتبر هذا الأخير إعلاما حديثا مقارنة بالأنواع الإعلامية الأخرى غير أنه لايزال في خطواته الأولى على مستوى الوطن العربي بالرغم من بعض الجهود المرموقة لبعض الإعلاميين الذين اثروا التخصص في هدا المجال،أو بالنسبة للأجهزة الأمنية التي تمارس نشاطات إعلامية إضافة إلى نشاطاتها الأمنية قصد تفعيل العملية الإعلامية الأمنية بين المؤسسات الأمنية والمواطنين.

يمكن اعتبار الإعلام الأمني بذلك جسرا للتواصل بين الطرفين نظرا لأنه إعلام يهدف في مضمونه إلى إبراز جهود رجل الشرطة و كسب ثقة و تعاون الجمهور في المقابل و إيصال الرسالة الشرطية بفعالية، غير أن فعالية تلك الرسالة مرهون إلى حد بعيد بمدى تفوق العلاقات العامة بالشرطة في تزويد المواطن بالمعلومات الأمنية و نشر الثقافة الأمنية ورفع مستوى المسؤولية و الحس الأمني لديه، و تعريفه بمجهودات الشرطة في سبيل حفظ أمنه و استقراره ،حيث تهدف العلاقات العامة بالشرطة من خلال نشاطاتها الإعلامية بالدرجة الأولى إلى تحسين العلاقة بين الجمهور الداخلي المتمثل في رجال الشرطة والجمهور الخارجي المتمثل في المواطنين بخلق جو من الثقة و التعاون.

نظرا للأهمية التي تلعبها إدارة العلاقات العامة في الشرطة كما سبق الذكر يستدعي ذلك أن تكون أهدافها ملامسة للواقع و أن تكون رسائلها مؤثرة و فعالة تقاس نتائجها على أرض الواقع حيث يمكن قياس مدى فعالية العلاقات العامة بالشرطة بمدى فعالية الإعلام الأمني الذي تصدره ففعالية هذا الإعلام متوقفة على مدى فعالية العلاقات العامة – الموجهة والمطورة له – و ذلك بمدى استجابة الجماهير للرسائل الإعلامية فزيادة استجابة الجماهير و ارتفاع مستوى المسؤولية الأمنية و الحس و كذا الوعي الأمني لديها مؤشر لنجاح العلاقات العامة بالشرطة و قدرتها على تفعيل الرسالة الإعلامية الأمنية و نجاحها في إقناع الجماهير بمدى أهمية الإعلام الأمني و الاستجابة لرسائله.

أولا: اشكالية الدراسة

1 – تحديد إشكالية الدراسة و فرضياتها:

أ – تحديد إشكالية الدراسة:

تتميز العلاقات العامة بالشّرطة بأنها فن يبرز الجهود الصادقة التي تؤديها الشرطة للمجتمع لإقناع الجماهير بمدى أهمية هذه الجهود لحمايتهم وأمنهم جميعا، فالعلاقات العامة في الشّرطة بمدلولها الوظيفي تعبير عن الأسلوب العلمي الأمثل و المخطط سلفا والمتبع للاتصال بالجماهير الواسعة بغرض توعيتهم و إرشادهم و إقناعهم بما تؤديه الشرطة في تحقيق رسالتها ورفع مستوى الأداء في جهازها.

و في سبيل إقناع الجمهور بمدى أهمية الرسالة الشرطية يستفيد جهاز العلاقات العامة بالشّرطة من دعامتين أساسيتين، تتمثل أولى الدعامتين في"**الإعلام الأمني العام**"، فبالمستوى نفسه الذي تتسع فيه ساحات الإعلام العام، تتسع المساحة كذلك للإعلام الأمني كونه لا يقل أهمية عن أي نوع إعلامي آخر متخصص يركز جل اهتمامه على التعمق في الجوانب الأمنية لزيادة فعالية العملية الإعلامية بجميع مستوياتها اعتمادا على وسائل الإعلام المختلفة على صفحات الجرائد أو من خلال عقد ندوات بالتلفزيون.... كل ذلك في إطار ما يسمى **بالإعلام الأمني العام**.

أما "**الإعلام الأمني الخاص**" كدعامة ثانية فهو الإعلام الذي تتخصص في إعداده الأجهزة الأمنية و جهاز العلاقات العامة فيها بالتحديد، و الذي يتم من خلال مقالات الكتاب و المفكرين والمقالات المنشورة في المجلات الخاصة بالمؤسسات الأمنية و كل ما يتم إعداده إعلاميا من قبل الأجهزة الأمنية قصد تنوير المواطن و بث الوعي الأمني عن طريق البرامج الوقائية و العلاجية اعتمادا على جملة من الوسائل كالندوات و المحاضرات التي تتيح للجمهور فرصة الحوار والنقاش حول مختلف المواضيع الأمنية ، إلى جانب المعارض التوعوية التي تستهدف في المقام الأول تدعيم العلاقات الايجابية بين الجمهور و بين الجهة المنظمة (الجهاز الأمني)، لإبراز جهود هذه الأخيرة في سبيل حفظ الأمن معتمدة بذلك على الإعلام الأمني الخاص لخلق جسر من التواصل بين الطرفين.

سواء كان هذا الإعلام إعلاما امنيا ذو طابع حساس للحد من الجريمة كقيام جهاز العلاقات العامة بالشّرطة بتنظيم احتفال باليوم العالمي للمخدرات لجعلها فرصة للالتقاء بفئات الجمهور المستهدفة،أو كان هذا الإعلام إعلاما أمنيا ضد الآفات الاجتماعية بتنظيم أبواب مفتوحة على الشرطة مثلا،أو إعلاما أمنيا ذو طابع توعوي تثقيفي يهدف لتحسين الأمن المروري عبر الطرقات كتنظيم معارض توعية للتعريف و التوعية بالمشكلة المرورية من خلال فعاليات الحملات المرورية و أسابيع السلامة المرورية.

كل ذلك بغرض حفظ أمن المواطن لأن ابسط ما تقتضيه الحياة اليومية للأفراد هو توفير الأمن و حفظه في مقر سكناهم، أو في أماكن عملهم، أو حتى عبر طرقاتهم التي يسلكونها روتينيا، وهو ما يسمى ب "**الأمن المروري**" الذي يضمن استعمالهم للطرق بسلام دون التعرض لأي ظرف طارئ يدفعون حياتهم ثمنه، لكن للأسف فان الأمن المروري يشهد تراجعا فظيعا إذ أصبح لفظ الطريق مرادفا للفظ الخطر و الموت، نظرا لما أصبحت تشهده الطرق اليوم من تجاوزات و اختراقات للقوانين سواء أكان ذلك جهلا أم قصدا، الأمر الذي يترتب عنه حوادث مرورية جسيمة أصبحت في الآونة الأخيرة تصنف على أنها من بين أكثر المشكلات الإنسانية و الاجتماعية و الاقتصادية كونها تحصد على الأقل حياة شخص في العالم في ظرف دقيقتين و نصف.

و نظرا لأن مشكلة حوادث المرور أصبحت من أكثر المشاكل تعقيدا و من أولى المشاكل التي تواجه أي دولة تسعى لتحقيق الأمن لمواطنيها، و انطلاقا من المبدأ الذي يقر بأن أمن الدولة يقاس في طرقاتها وجب الوقوف بوجه هذا الهاجس من أجل تحسين الأمن المروري على مستوى طرقاتنا، فان هذا ما ترمي إليه جهود العلاقات العامة بأجهزة الشرطة من خلال الإعلام الأمني المروري الساعي لإخبار و إعلام الجمهور بضرورة التخفيض من مخاطر الحوادث أو الإصابات التي قد تحدث على مستوى الطرق.

فمهما كان طابع الإعلام الأمني سواء كان إعلاما ذا طابع حساس،تحسيسي،أو توعوي يبقى واقعا على عاتق العلاقات العامة بالشرطة التي تمثل مصدر الرسالة الإعلامية الأمنية مهما اختلفت وسائلها عامة كانت أم خاصة، مباشرة كانت،أم غير مباشرة و الرامية في الأساس إلى حفظ أمن المواطن،و باعتبار العلاقات العامة بالشرطة تمثل أساس انتاج الرسالة الإعلامية الأمنية يقع عليها إذن واجب تطوير هذا الإعلام الأمني من خلال السعي إلى تفعيل رسائله و اعتماد استراتيجيات اقناعية في ذلك، و إتباع أنجع السبل لإنجاح الاتصال بالجمهور بهدف تعريفه بمدى أهمية الرسالة الشرطية أولا، و كسب ثقته وتعاونه

ثانيا، غير أن ذلك لن يتأتى لها ما لم يكن الإعلام الذي تصدره إعلاما متطورا، إعلاما في المستوى المطلوب، إعلاما فعالا مؤثرا في قناعات الجمهور وقادرا على تعديل سلوكه الأمني.

كخلاصة لما سبق ذكره، فسنحاول من خلال هذه الدراسة تقديم صورة حول الدور الذي يمكن أن تؤديه العلاقات العامة في تفعيل الرسالة الإعلامية الأمنية و تطوير الإعلام الأمني بالجزائر و مدى فعالية هذا الإعلام في تحسين الأمن المروري و التخفيض من حدة مشكلة حوادث المرور .

* و عليه فان تحديد إشكالية الدراسة يكون من خلال التساؤل الرئيسي التالي:

- ***" ما دور العلاقات العامة في تطوير الإعلام الأمني بالجزائر" ؟***

* من هذا التساؤل الرئيسي نستخلص التساؤلات الفرعية التالية:

1- أين يكمن دور العلاقات العامة بين الشرطة و الجمهور في تطوير الإعلام الأمني بالجزائر؟

2- هل تساهم العلاقات العامة بالشرطة في التوعية المرورية ؟

3- هل تؤدي العلاقات العامة بالشرطة فعلا دورا في التخفيض من حوادث المرور بالجزائر ؟

ب - فرضيات الدراسة:

تعتبر الفرضية مجموعة المبادئ الأولية التي يسلم العقل بصحتها والتي لاستطيع البرهنة عليها بطريقة مباشرة لشدة عموميتها، فهي إجابة محتملة للمشكلة التي يدرسها الباحث و نقطة التحول من البناء النظري للبحث إلى التصميم التجريبي للبحث للإجابة عن المشكلة القائمة.[1]

والفرضية هي فكرة مبدئية تربط بين الظاهرة موضوع الدراسة و العوامل المسببة لها.[2]

فالفرضية هي الأساس الذي يقوم عليه البحث لذلك فهي الحجر الأساس الذي تتمفصل حوله إستراتيجية البرهنة.[1]

---

[1]مصطفى حسين باهي،إخلاص محمد عبد الحفيظ:طرق البحث العلمي و التحليل الإحصائي، ط1 ،مركز الكتاب للنشر، القاهرة، 2000 ،ص56.

[2]رشيد زرواتي: تدريبات على البحث العلمي في العلوم الاجتماعية،ط1، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة،الجزائر 2002، ص 94.

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق الفرضيات التالية:

* الفرضية العامة:

- تساهم العلاقات العامة في تطوير الإعلام الأمني بالجزائر من خلال تفعيل الرسالة الإعلامية الأمنية".

* من خلال هذه الفرضية العامة نستخلص الفرضيات الجزئية التالية:

1 – تساعد العلاقات العامة الايجابية بين الشرطة و الجمهور على تطوير الإعلام الأمني بالجزائر .

2 – تساهم العلاقات العامة بالشرطة بفضل نشاطاتها التوعوية في التوعية المرورية.

3 – تؤدي العلاقات العامة بالشّرطة دورا في تحسين الأمن المروري بالتخفيض من حوادث المرور بالجزائر.

2 : أهمية الدراسة و أسباب اختيار الموضوع:

أ – أهمية الدراسة :

من المعلوم أن أهمية البحث تتوقف على أهمية الظاهرة التي تتم دراستها ، و على قيمتها العلمية وما يمكن أن تحققه من نتائج يمكن الاستفادة منها و ما يمكن أن تخرج به من حقائق يمكن الاستناد إليها لاحقا.

تكمن أهمية هذا البحث في كونه يتطرق إلى فرع من أحدث و أهم فروع علوم الإعلام و الاتصال، و هو فرع **العلاقات العامة**، بل يتعداه من حيث الجدة إلى تناول نوع من أحدث و أدق الأنواع الإعلامية على الإطلاق و هو **الإعلام الأمني** و ما يكتنف هذا النوع الإعلامي من حساسية بالغة تستدعي نظرة جادة و التفاتة حازمة و سريعة،نظرا لمدى أهمية الإعلام الأمني و مساهمته في نشر التوعية الأمنية.

و تظهر جدة البحث أكثر و أهميته في تخصصه، وفي إلقائه الضوء على فرع من فروع الإعلام الأمني و هو الإعلام الأمني المروري بغية التخفيض من الحوادث المرورية التي تهدد أمن و استقرار المواطن،وهو أمر

---

[1]أ،لارامي، ب، فالي: البحث في الاتصال عناصر منهجية، ترجمة ميلود سفاري و آخرون،دط، (د.م.ن)،مخبر علم الاجتماع الاتصال للبحث و الترجمة،2004،ص19.

له بالغ الأهمية نظرا لمخلفات هذه الحوادث ونتائجها السلبية على كل مجالات الحياة اليومية سواء أكان المجال نفسيا أو اجتماعيا،أو اقتصاديا...

تنبع أهمية هذه الدراسة أيضا في كونها تسعى إلى التعريف بالإعلام الأمني بالعلاقات العامة بالشّرطة و بالدور الذي قد تلعبه في تطوير الإعلام الأمني بفضل نشاطاتها الإعلامية التوعوية الرامية إلى تحسين الأمن المروري وكذا تركيزها على الكشف عن مدى خطورة حوادث المرور باعتبارها من أهم المشاكل المهددة لأمن و استقرار الفرد.

تتضح أهمية الدراسة أيضا في وقوفها على واقع الإعلام الأمني بالجزائر و مكانة العلاقات العامة بالشّرطة و بالأجهزة الأمنية عامة مقارنة بما هي عليه في أي مؤسسة أخرى ذات طابع آخر مختلف،ومعرفة مدى إمكانية تحقق الأهداف المسطرة من قبل العلاقات العامة بالشّرطة و مدى ملامستها للواقع و مدى فعالية الإعلام الأمني من خلال التعرض لجهود العلاقات العامة بالشّرطة و الدور الذي قد يؤديه الإعلام الصادر عنها في تحسين الأمن المروري باعتبارها تهدف أساسا لنشر التوعية الأمنية المرورية و العمل على التخفيض من حوادث المرور من خلال عديد النشاطات التحية و حملات التوعية المرورية.

ب – أسباب اختيار الموضوع:

*** أسباب ذاتية:**

– نيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال و العلاقات العامة .

– محاولة الربط بين مجال التخصص (علوم الإعلام و الاتصال و العلاقات العامة) ومجال الظاهرة (الإعلام الأمني بالجزائر و دور العلاقات العامة في تطويره) مع أخذ (الأمن المروري كنموذج)، لتكون بذلك الدراسة في صميم التخصص نظرا لتركيزها على فرع العلاقات العامة.

– استقطبت هذه الدراسة اهتمامنا بحكم مركز الإقامة بمدينة **سطيف،** و هي من الولايات التي يعاني فيها المواطن بشدة من حوادث المرور، و نظرا لاحتلالها المرتبة الثانية مباشرة بعد العاصمة من حيث ارتفاع نسبة حوادث المرور، فالمرتبة الثانية هذه في ترتيب حوادث المرور على المستوى الوطني تستحق إعادة النظر في الظاهرة وفي مسبباتها ولما لا في طرق علاجها.

– في محاولة أولية للبحث عن دراسات سابقة و مراجع حول موضوع العلاقات العامة بالشّرطة لفت انتباهي استئثار أكاديمية ***نايف العربية للعلوم الأمنية*** على مستوى **الخليج العربي** بالمواضيع الإعلامية الأمنية و القفزة النوعية للإعلام الأمني بهذه الدول، أما في الجزائر فقد بدا جد متواضع مما يدعو لإعادة

النظر في أسباب هذا الاهتمام المتواضع جدا إذا ما قورنت درجة حساسية الموضوع وأهميته بتواضع الاعتبار وبساطة الاهتمام به.

– في محاولة سابقة لتسليط الضوء على موضوع الإعلام الأمني بالجزائر، وفي مبادرة شخصية كتجربة لانجاز دراسة ميدانية في إطار المذكرة المكملة لنيل شهادة الليسانس - علوم الإعلام و الاتصال – بعنوان "دور الاعلام الأمني في تحسين الأمن المروري" و دائما في نفس الصدد تهدف هي الأخرى إلى معرفة الدور الذي يمكن للإعلام الأمني أن يؤديه في اطار تحسين الأمن المروري على مستوى الطرق بالجزائر و استنادا إلى حقيقة علمية مفادها أن العلم تراكمي وأن أساس نجاح البحوث العلمية هو انطلاقها من نتائج دراسات سابقة فانه يمكن الاستفادة من نتائج هذه الدراسة الميدانية السابقة لإثراء موضوع هذه الدراسة التي نحن بصدد إعدادها، حيث تتقاسم الدراستين اهتماما مشتركا - في بعض الجزئيات - و هو الدور الذي يمكن للإعلام الأمني أن يؤديه بهدف التخفيض من حوادث المرور.

*** أسباب موضوعية:**

– محاولة توضيح أهمية العلاقات العامة كفرع من فروع علوم الإعلام و الاتصال،و نظرا لقلة الدراسات التي تطرقت إليه، ربما يعود السبب إلى عدم الوعي الكافي والاقتناع بمدى أهمية هذا الفرع و ضرورة وجود العلاقات العامة في أي مؤسسة بغض النظر عن طابعها.

– الارتفاع المذهل في حوادث المرور في الجزائر واحتلالها المرتبة الرابعة عربيا، خاصة **مدينة سطيف** كواحدة من ولايات الوطن و ارتفاع نسبة الحوادث بها مقارنة بباقي الولايات الأخرى ،مما يدفعنا لإجراء دراسة في هذا الصدد قصد معرفة الدور الذي قد تؤديه العلاقات العامة بالشّرطة في تطوير الإعلام الأمني المروري و منه التخفيض من نسبة حوادث المرور على الأقل كحل جزئي لهذه المشكلة المعقدة.

– بما أن الأمن والإعلام هما أساسا استقرار الإنسان و ازدهاره،ترمي الدراسة لمعرفة الدور التوعوي الذي قد تلعبه العلاقات العامة بالأجهزة الأمنية في التحسين من الأمن المروري في خضم التهديدات الأمنية على مستوى الطرقات خاصة.

– محاولة التعريف بالدور الإعلامي الذي يمارس على مستوى المؤسسات الأمنية و هذا الذي يجهله الكثيرون،كون مهام هذه الأخيرة لا تتوقف على الجانب الردعي فحسب الأمر الذي يحمل الكثيرين على أخذ موقف سلبي في غالب الأحيان إزاء نشاطها الأمني، وإنما يتعدى دور المؤسسات الأمنية كذلك إلى ممارسة نشاطات إعلامية أمنية في غاية الأهمية.

3 – تحديد مفاهيم الدراسة:

يمثل المفهوم العنصر الأساسي الذي تتكون منه المعرفة العلمية أشكالها ،و مستوياتها المختلفة و المفهوم عبارة عن رمز أو فكرة تعبر عن أشياء في الواقع أوالذهن[1]

وعليه فان المصطلحات التي تضمنتها دراستنا تستوجب تحديدا لمفاهيمنا.

1- **الدور**:

– لغة : من فعل دار، يدور،دوارا،أي تحرك اتجاهات متعددة في مكانه،و كلمة الدور مستعارة من حياة المسرح، و أول من استعملها بهذا المعنى هو نيتش Niche ،حيث أن الفرد يمثل مجموعة من السلوك على خشبة المسرح، و كأن التنظيم الاجتماعي مسرح حياة الجماعة، و أفرادها يملكون تلك الأدوار المتعددة و المختلفة حسب اختلاف مراكزه .[2]

– اصطلاحا: بما أننا بصدد إعطاء مفهوم اصطلاحي للدور فانه يمكن القول أنه هناك العديد من الأبحاث التي تناولت مفهوم الدور، و توصل عدد من العلماء إلى إعطاء تعاريف متباينة كل حسب تخصصه و اتجاهاته العلمية.

فإذا ما نظرنا من زاوية التفاعل الاجتماعي، فالدور سياق مؤلف من مجموعة من الأفعال المكتسبة يؤديها شخص في موقف تفاعل اجتماعي ،و المهم من وجهة نظر الجماعة هو مجموع الخدمات، و المهم من وجهة نظر الفرد هو الدافع و كيف يمكن له أن يجد ما يرضيه من خلال دوره.[3]

فالدور هو سلوك متوقع يرتبط بوضع اجتماعي معين،و للدور معنى استيتيكي و آخر معياري الأول يقصد به ذلك المعنى الذي يرتبط به، مثال ذلك أن يرتبط دور معين جنس معين باعتبار أن ذلك أمر بديهي أو شائع داخل المجتمع، أما المعنى المعياري فهو الذي يتوقع الدور و الدور المقابل و يتم تحديد هذا المعنى طبقا لما يعتقد أنه هوالوضع الصحيح الذي يجب أن يتبع .[4]

---

[1] عثمان عمر بن عامر:مفاهيم أساسية في علم الاجتماع، ط1 ، دار الكتاب الوطنية بنغازي ،2002 ،ص 14 .

[2] عصمت عدلي: علم الاجتماع الأمني – الأمن و المجتمع – ،دط، دار المعرفة الجامعية،الإسكندرية،مصر، 2001 ، ص 14 .

[3] إبراهيم مدكور و آخرون: معجم العلوم الاجتماعية ، الهيئة المصرية العامة للكتاب،دط، القاهرة،مصر،1975 ، ص 267 .

[4] عصمت عدلي:مرجع سابق ، ص 15 .

فالدور بهذا هو مجموعة من الأفعال المكتسبة يؤديها شخص معين في وضع اجتماعي معين و يتحدد هذا الفعل وفقا لتوقعات المجتمع من جهة و دوافع الشخص من جهة ثانية.

والدور كذلك هو مجموعة من النماذج الاجتماعية المرتبطة بمكانة معينة و تحوي مواقف معينة وقيم و سلوكيات محددة من طرف المجتمع لكل فرد يشغل هذه المكانة ، فهو كيفية التمتع بالحقوق وتحمل الواجبات التي يمنحها المركز،أي أن الدور هو الجانب الحركي للمركز .[1]

و يفرق لينتون Linton بين المكانة والدور ،حيث يعتقد أن المكانة هي مجموعة الحقوق والواجبات و أن الدور هو المظهر الديناميكي للمكانة، فالسير على هذه الحقوق و الواجبات معناه القيام بالدور.[2]

إن الدور يرتبط بمصطلحين أساسيين هما:

– الحقوق و الواجبات : إذ أن كل دور يجر معه سلسلة من الأفعال ينجزها الآخرون وتنجز من أجل الآخرين، و تلك هي التوقعات المشتركة لدورنا نحن وللأدوار المقابلة التي نتصورها بعقولنا.

– إدراك الدور:و هو طريقة و أسلوب تفكير الشخص في دوره الاجتماعي ، و فكرته عما ينبغي أن يفعله. فالدور هو: قيام الفرد بجملة الحقوق و الواجبات بناءا على مستوى إدراكه لها.[3]

– التعريف الإجرائي للدور: بما أن دراستنا تندرج ضمن المنظور الوظيفي للإعلام فإننا سنعرف الدور على أنه :

" الوظيفة التي تؤديها العلاقات العامة بجهاز الشرطة من أجل تطوير الإعلام الأمني بالجزائر بالأخص الإعلام الأمني المروري من خلال جهودها لتنمية الحس الأمني لدى الأفراد ونشر التوعية المرورية بهدف تحسين الأمن المروري و التخفيض من حوادث المرور ومن تفاقم هذه الظاهرة،بل إن هذا الدور يعد من واجباتها الأساسية بناءا على توقعنا بأن قيامها بهذا الدور من شأنه أن يؤثر إيجابا على السلوك المروري للأفراد و تعميق وعيهم الأمني و كذا رفع مستوى ثقافتهم المرورية بما يسهم في التخفيف من حدة و خطر حوادث المرور" .

2 – الإقناع:

[1] قباري إسماعيل:علم الاجتماع الجماهيري و بناء الاتصال–دراسة في الإعلام واتجاهات الرأي العام – دط، منشأة المعارف الإسكندرية،مصر،1984 ،ص 76 .

[2] محمد عاطف غيث:قاموس علم الاجتماع، دط، دار المعرفة الجامعية،القاهرة،مصر،1995 ، ص18 .

[3] عصمت عدلي: مرجع سابق،ص 18 .

- لغة: الإقناع من مصدر أقنع، يقنع قناعة و قنوعا، الشخص إذا رضي بما أعطي و قبل أو جعل الشخص يقتنع بالحجة والدليل.[1]

و للإقناع معان كثيرة ،المقنع بفتح الميم تعني العدل، و القنع بكسر القاف هو ما بقي من الماء في قرب الجبل، و القناع ما تقتنع به المرأة.[2]

- اصطلاحا: يعرف بيرك "burk" الاقناع بأنه: "استخدام للألفاظ والكلمات و الاشارات و كل ما يحمل معنا عاما لبناء الاتجاهات والتصرفات أو تغيرها".[3]

أي أن الاقناع هو جملة الوسائل والأساليب المعتمدة لبناء أو تعديل اتجاهات و سلوكات الغير.

أما **إبراهيم إمام** فيعرفه بأنه " اقتناع شخص بفكرة ما، لا باعتبارها فكرتك أنتو لكنها أصبحت فكرته هو الخاصة به" .[4]

و قد كان علم البلاغة القديم يهتم بفن الاقناع، بل أن على البليغ كمفهوم هو من له قدرة على التأثير من خلال ما يملكه من فصاحة اللسان.[5]

كما أن الاقناع كان عند السفسطائيين بمثابة آلهة قوية،إذ يشبه قورجا "corgias" الكلمات بالعقاقير الطبية ، فهي قادرة على إحداث الصحة و العافية، كما أنها قادرة على إحداث السقم و قد عرف أرسطو فن الاقناع (الخطابة) على أنها القدرة على اكتشاف جميع الوسائل التي تسمح بالتصديق ف لأي شتى المواضيع.[6]

أما المفهوم العلمي للإقناع، هو " عمليات فكرية و شكلية يحاول فيها أحدا الطرفين التأثير على الآخر و إخضاعه لفكرة ما " [7]

---

[1] أحمد العايد و آخرون: ، المعجم العربي الأساسي للناطقين بالعربية و متعلميها، تقديم محي الدين صابر،دط، المنظمة العربية للتربية و الثقافة، لاروس، باريس،1989 ص 10.

[2] جمال الدين ابن منظور: لسان العرب،دط، مج5 ، دار المعارف،بيروت، لبنان، د.ت،ص.ص 3753 -3754 .

[3] فنون الاقناع (1) نقلا عن الموقع،www.sinalif.net/sforum/archive/index.php/1- 79727.html (17 جانفي2006).

[4] عبد الله محمد العوشن: كيف تقنع الآخرين،ط3، دار العاصمة للنشر و التوزيع، الرياض، السعودية،1996 ، ص 18 .

[5] صالح خليل أبو أصبع:الاتصال الجماهيري،ط1، دار الشروق عمان،الأردن، 1990 ،ص 79.

[6] نبيلة بوخبزة: الاتصال الاجتماعي الصحي في الجزائر – دراسة ميدانية – رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر، ديسمبر 1995 ،ص 13 .

[7] عبد الله محمد العوشن: مرجع سابق، ص 18 .

فالإقناع هو جزء من التأثير كما يقول فرون "front" ، كما أنه حالة من حالات السيطرة على الآخرين، و هو بهذا المفهوم قريب من الدعاية و الإغراء و التضليل، فالإقناع محاط بممارسات مشبوهة (الحرب النفسية) تقوم على التأثير في العقول و الضمائر لأنه يصطدم بحرية الرأي و الاختيار.[1]

إن الاقناع علم تطبيقي يعتمد على تقنيات ضمانية يستعملها القائم بالاتصال كالحيل والمراوغة الذكاء و القدرة على الإيحاء، و الدبلوماسية، فنجد أن، الملك اخناتون وصى ابنه فقال له : "كن دبلوماسيا فذلك يساعدك في كسب محدثك ".[2]

- التعريف الإجرائي للإقناع:

"يستخدم الاقناع ضمن إطار العملية الاتصالية،أي بمعنى الاتصال الاقناعي الذي يحدث عندما يوجه المرسل (القائم بالعلاقات العامة بالشرطة) رسالته الإعلامية المرورية لإحداث تأثير محسوس على الاتجاهات و سلوك مجموعات معينة من الجمهور (مستخدمو الطرق و المسئولون على التوعية المرورية) و هذا بهدف تحسين الأمن المروري و تغيير أو تدعيم أو تعديل السلوك المروري".

3 - حوادث المرور:

لغة:

- الحادث: حدوث الأمر، وقع،جمع أحداث،الأمر حادث،أحداث الدهر مصائبه، و حدثان الدهر نوائبه.[3]

- المرور: من مر ،مرورا، وممرا،جاز و ذهب،ومر به وعليه، اجتيازه، مرر الشيء،دحاه على وجه الأرض.[1]

---

[1] نبيلة بوخبزة: مرجع سابق، ص 13 .

[2] فنون الاقناع والحوار،نقلا عن نفس الموقع.

[3] أحمد محمد بوني: الجوانب النفسية لمشكلات حوادث المرور،دط، الهيئة القومية للبحث العلمي، الجماهيرية العربية الليبية الشعبية الاشتراكية العظمى،(د.س.ن)، ص 14 .

و يعود أصل كلمة حادث مرور إلى اللغة اللاتينية (accident) وتعني كل ما يأتي لتحطيم مجرى الحياة المنظمة.[2]

- اصطلاحا:

يعتبر أحمد رمزي الحادث أنه: " كل ما يؤدي إلى ضرر جسدي مفاجئ، عندما كانت الضحية تبعة لمستخدمها المعتاد ".[3]

أما عبد القادر طه فيرى أن الحادث يقع للفرد،و يتورط دون معرفة أو توقع، ينتج عنه أضرار تصيب الفرد أو الآخرين أو المعدات.[4]

أما **كامل محمد عويضة** فيعتبره: " كل حادث غير متوقع و فجائي،يؤدي إلى أخطارو أضرار كالإصابات و الموت ".

و يرى البعض أنه: " حدث غير متوقع ، أو أمر غير متوقع و خاطئ، و لكن ليس بالضرورة بسبب الإصابات أو الخسائر، و يؤدي هذا الحادث إلى عرقلة المرور أو استكماله ".[5]

و يرى البعض أن الحادث هو:"حينما يركب الشخص السيارة، و يتجه بها إلى مكان ما ،يكون قد خطط لسير طريق رحلته من جميع جوانبها، فهو يعرف أن سيارته في حالة تمكنها من الوصول إلى الغاية المنشودة ،و هي وسيلته لبلوغ هدفه، و يعتقد أيضا أن قدرته ومهارته كافية لقيادة هذه السيارة،ويضع في الحسبان أي طارئ قد يقابله في السير، و بين بداية هذه الرحلة، و قبل نهايتها، يحدث شيء ما، يكون سببه إما الإنسان نفسه، قائد السيارة أو السيارة نفسها أو ظرف خارجي في الطريق،ويحدث هذا في لحظات قد تكون ثواني معدودات دون تخطيط بدون توقع،و يقيم على أنه حادث أو حدث خاطئ و سيئ و مستهجن،و ذلك لما يسببه من أضرار وخسائر بشرية ومادية على اختلاف تصنيفاتها".[6]

- التعريف الإجرائي لحوادث المرور:

---

[1] منجد الطلاب:ط17 ،بيروت،دار المشرق،1993 ،ص 7 .

[2] فريج نبيل: تحليل سلوك الحادث:علم النفس تنظيم وعمل،دط،الجزائر،1993 ،ص7 .

[3] أحمد رمزي: مساهمة في دراسة ظروف العمل،دط، ديوان المطبوعات الجامعية،الجزائر 1997 ، ص 43 .

[4] فرح عبد القادر: علم النفس الصناعي و التنظيمي،دط،(د.م.ن)، دار النهضة العربية، (د.س.ن)، ص 282 .

[5] كامل محمد عويضة:علم النفس الصناعي، ط1 ، دار الكتاب، بيروت، لبنان، 1996 ، ص 124 .

[6] أحمد محمد بوني: مرجع سابق،ص 14 .

"حوادث المرور هي حوادث غير متوقعة تنشأ نتيجة الإخلال بعامل ما، بالفعل المتبادل للنظام الذي يجمع بين السائقين و السيارات، و الظروف الطقسية،وحالة الطريق، و عدم صلاحية السيارة ،احتراق قواعد المرور،و الإخلال بالتأدية العادية لوظيفة أي عنصر من عناصر النظام المذكور، يمكن أن يؤدي إلى نشوء أحد حوادث الطرق تنجم عنها خسائر بشرية ومادية متفاوتة الخطورة تبعا لدرجة خطورة حادث المرور".

4 – الإعلام الأمني المروري :

أ/ الإعلام:

– لغة: الإخبار أو الإبلاغ بمعنى الإيصال[1] ، يقال بلغت القوم بلاغا،أي أوصلتهم الشيء المطلوب والبلاغ ما بلغك،أو وصلك.

و في **الحديث الشريف:** "بلغوا عني و لو اية" ،أي أوصلوها غيركم و اعلموا الآخرين.

والإعلام كلمة مشتقة من الفعل علم أوخبر ،و تقول العرب استعلمه الخبر،و هو الذي يطلقه العلماء عن عملية الإعلام.

و يقابل نقل الخبر في المفهوم الفرنسي والانجليزي كلمة information ، و كلمة الإعلام مشتقة من العلم، و تعني نقل الخبر.[2]

– اصطلاحا:

يعرف **عبد اللطيف حمزة** الإعلام:

" بأنه نشر الحقائق الثابتة الصحيحة،و الأخبار و المعلومات السليمة و الأفكار و الآراء،والإسهام في تنوير الرأي العام، و تكوين الرأي الصائب لدى الجمهور أو جماهير المؤسسة الداخلية و الخارجية،في الوقائع و القضايا و الموضوعات و المشكلات المثارة و المطروحة ، بحيث يعبر هذا الرأي عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم و ذلك باستخدام وسائل الإعلام المختلفة ".[3]

---

[1] على الباز: الإعلام و الإعلام الأمني، ط1 ،(د.م.ن)،(د.د.م)،2001 ، ص 15 .

[2] زهير احدادن:مدخل لعلوم الإعلام والاتصال،دط، ديوان المطبوعات الجامعية ، بن عكنون ، الجزائر،2002 ، ص 14 .

[3] عبد اللطيف حمزة،الإعلام له تاريخه ومذاهبه،ط1 ،(د.م.ن)، دارا لفكر العربي،1965 ، ص 23 .

و يعتبره العالم الألماني **أوتوجروت** بأنه:" التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير و روحها و ميولها و اتجاهاتها في نفس الوقت، و المقصود بالتعبير الموضوعي: الاعتماد على الحقائق و الأرقام و الإحصائيات " .[1]

و يعرف **سمير حسين** الإعلام بأنه: "كافة أوجه النشاطات الاتصالية التي تستهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا و الموضوعات والمشكلات بطريقة موضوعية و بدون تحريف،بما يؤدي إلى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة و الوعي و الإدراك و الإحاطة الشاملة لدى فئات الجمهور المتلقين للمادة الإعلامية بكافة الحقائق،و المعلومات الصحيحة عن هذه القضايا و الموضوعات بما يسهم في تنوير الرأي العام،و تكوين الرأي الصائب لدى الجمهور في الوقائع والموضوعات و المشكلات المثارة ".[2]

في حين يرى **سامي الذبيان** أن الإعلام هو: " تلك العملية الإعلامية الإعلامية التي تمر بعدة مراحل من تجميع المعلومات من مصادرها، نقلها، التعاطي معها، تحريرها ثم نشرها و إرسالها عبر صحيفة أو وكالة... أوالى طرف معني بها مهتم بوثائقها، ليكون الإعلام عن تلك العملية الإعلامية التي تتم بين ميدان المعلومات وميدان بثها ونشرها.

فالعملية الإعلامية هي واقعة أو حادثة في مكان وزمان محددين،أي أن شيئا ماديا قد حدث محددا بزمان و مكان،و بأشخاص معينين و تشمل العملية الإعلامية كالوقائع نقل المعلومات،كل أشكال الاتصال، كصيغ إبداء الرأي و تحديده... على صعيد نقل المعلومات يشترط لكي تكون هناك عملية إعلامية فعلا أن يكون هناك نقل مقصود للمعلومات أي أن يكون ناقلها على علم بأنه يريد نقلها و تعميمها لا أن يكون نقلها صدفة ودون دافع أو قصد، و في الوقت نفسه يكون الطرف المتلقي للمعلومات واعيا بذلك" .[3]

و يرى **محمد منير حجاب** أن:" الإعلام يستخدم للدلالة على عمليتين في وقت واحد تكمل إحداهما الأخرى،فهو يشير من جهة إلى عملية استقاء و استخراج المعلومات و الحصول عليها من خلال التواجد السريع و الفوري في أماكن الحدث ،أو الغوص في أعماق صاحب المعلومة،ومن جهة ثانية،يشير

---

[1] حسن عبد الحميد أحمد رشوان: العلاقات الاجتماعية في القوات المسلحة،دراسة في علم الاجتماع العسكري ، ط 2 ،الإسكندرية، (د.د.ن)، 2004 ، ص 126 .

[2] فتحي الأبياري:نحو إعلام دولي جديد:دراسات إعلامية معاصرة، دط، مصر،(د.د.ن)، 1988 ، ص 16 .

[3] سامي الذبيان:الصحافة اليومية والإعلام:الموضوع التقنية التنفيذ الإعلام الحديث في النظرية والتطبيق،مدخل نظري وعملي إلى علم الإعلام، ط2، بيروت،دار الميسرة، 1987 ، ص 35.

إلى إعطاء وبث هذه المعلومات على الآخرين أي نقل المعلومات و الآراء و الاتجاهات من شخص لأخر من خلال الوسيلة المناسبة،والتي تعمل على إشباع ذلك من خلال الحواس المختلفة، ومن هنا يمكن أن يشير لفظ الإعلام في مدلوله العام إلى وسائل النشر التكنولوجية المتطورة الحديثة، و حرية النشر الممنوحة، والمكفولة حق شرعي في أغلب دساتير و شرائع البلدان المختلفة ".

ب/ الاعلام الأمني المروري :

- اصطلاحا:

في تعريف اصطلاحي نشر على شبكة الأنترنت يعرف الاعلام الأمني المروري بأنه: " محاولة إخبار أو إعلام الجمهور بضرورة التخفيض من مخاطر الحوادث أو الاصابات التي قد تحدث على مستوى الطرق وبالتالي ضرورة الجمع بين حسن قيادة المركبة والالتزام بقوانين المرور، وكذا وعي وحسن تكوين مستعملي الطرق " . [1]

- التعريف الاجرائي للاعلام الأمني المروري :

"الاعلام الأمني المروري هو أحد أنواع الاعلام الأمني الذي تختص به المؤسسات الأمنية و جهاز العلاقات العامة فيها بالتحديد، انه اعلام يختص بالمجال الأمني، اعلام ذو طابع توعوي تثقيفي و هادف لتوعية مستعملي الطريق، لتنظيم حركة المرور،تحسين الأمن المروري و الحد من مخاطر الطرقات".

5- الأمن المروري:

أ / الأمن:

- لغة:نقيض الخوف،ويقابلها باللاتينية (securitas) ، و معناها الطمأنينة و الثقة و هدوء النفس الناتج عن عدم الإحساس بالخوف في كل ما يهدد الإنسان في نفسه أو ماله سواء من أخطار عمديه،طبيعية كانت أو بشرية.[2]

و تفيد قواميس اللغة أن الأمن ضد الخوف، أي نقيضه، أي أن الأمن هو عدم الخوف، أيا كان مصدر هذا الخوف، فردا كان أو جماعة، حاكما كان أو محكوما.[3]

* و الأمن في اللغة الانجليزية يعني: الحالة التي يشعر فيها الفرد بالأمان و التحرر من الخطر و المخاطرة.

---

[1] : Microsoft Encarta 2008

[2] لواء أحمد كامل (الأمن الشعوري)،مجلة الشرطة، ع 43 ،(د.م.ن)،المديرية العامة للأمن الوطني،جانفي 1990 ،ص ص 36 ، 37 .

[3] فهد عبد العزيز: الأمن و الإعلام في الدولة الإسلامية، دط، المركز العربي للدراسات الأمنية بالرياض، (د.س.ن)، ص103 .

* و الأمن في اللغة الفرنسية يعني : غياب الخطر الحقيقي.

- اصطلاحا:يرى **الدكتور أديب خضور** أن مفهوم الأمن صعب في تحديد تعريفه نتيجة الغموض والالتباس الذي لا يزال محيطا بالظاهرة الأمنية كموضوع للدراسات الأمنية و منه صعوبة إخضاعها لقواعد المعرفة النظرية، و ديناميكية الحالة الأمنية وصبغتها الخاصة،إضافة إلى اختلاف الموقع العلمي التي تتم من خلاله النظرة للأمن وكذا تنوع الباحثين و التداخل بين العلوم،فان هذا لن يؤدي إلى إنضاج علم أمني،بل يؤدي تعميق التنوع و الارتباك.

و عدم وجود وحدة المفاهيم المتعلقة بالأمن يظهر الاختلاف بين من ينظر نظرة جزئية و من ينظر إليه نظرة شاملة تكاملية، وكذا تعدد الظاهرة الأمنية و صعوبة السيطرة عليها أو تحديد ماهيتها بدقة، لأنها عموما ظاهرة اجتماعية.

و الأمن ظاهرة مرتبطة بالإنسان، هذا ما يفسر ظاهرة توأمة الإنسان والأمن، لأن الأمن مطلب دائم لحياة الإنسان و حفظها و لاستمراره، ومنه فان الأمن كان و سيزال لصيق الصلة بحاجة الأفراد.[1]

ويرى اللواء **فؤاد كامل** أن مفهوم الأمن لا يقتصر على مفهوم التحرر من الخوف بل يشمل كذلك ازدهار الأماني الفردية و الجماعية والقومية،و قد يكون الأمن إما أمن فرد،أو أمن عام ، أو أمن قومي.[2]

وهنالك من يعرف الأمن على أنه:" الدفاع ضد أي عدوان على مكتسبات المجتمع و هو قدرة الدولة على استخدام القوة،و قدرتها على توظيف سياستها و إدارتها للحفاظ على أهداف قومية " .[3]

ويرى **هنري كيسنجر** – وزير الخارجية الأسبق – أن الأمن يعني:" أي تصرفات يسعى المجتمع عن طريقها إلى حفظ حقه في البقاء " .

و يرى **روبرت ماكنمارا** – وزير الدفاع الأمريكي السابق، و أحد مفكري الإستراتيجية البارزين – في كتابه جوهر الأمن: "الأمن يعني التطور و التنمية سواء منها الاقتصادية أو الاجتماعية أو السياسية في ظل حماية مضمونة " .

ومن هنا فان شمولية الأمن تعني أن له عدة أبعاد :

- البعد السياسي: و يتمثل في الحفاظ على الكيان السياسي للدولة.

- البعد الاقتصادي: الذي يرمي إلى توفير المناخ المناسب للوفاء باحتياجات الشعب و توفير سبل التقدم والرفاهية له.

---

[1] أديب خضور، الإعلام الأمني، دط،دمشق، المكتبة الإعلامية، 2002 ، ص 28

[2] مجلة الشرطة، مرجع سابق،ص 37 .

[3] عصمت عدلي : مرجع سابق، ص 29.

-البعد الاجتماعي:الذي يرمي إلى توفير الأمن للمواطنين بالقدر الذي يزيد من تنمية الشعور بالانتماء و الولاء .

- البعد المعنوي: و الإيديولوجي: الذي يؤمن الفكر والمعتقدات، ويحافظ على العادات والقيم.

- البعد البيئي الذي يوفر التأمين ضد أخطار البيئة خاصة التخلص من مسببات التلوث حفاظا على الأمن.

ب / الأمن المروري :

- اصطلاحا:

يعتبره الدكتور **حمد يماني** أنه الأمن بمفهوم الشرطةأي: " الأمن الذي تقوم الشرطة بحمايته ومعنى هذا هو المعنى المباشر لكلمة الأمن ، الذي تختص به الشرطة،حين تعمل لكشف غموض جريمة وقعت أو لمنع وقوع جريمة تدبر،أو لتنظيم حركة المرور في الشوارع المزدحمة و هذا بالتحديد ما يعرف بالأمن المروري القائم على خفض مشاكل المرور و تحسين حركته حفاظا على أمن وحياة المواطن،و هي عمليات مباشرة تدخل في صميم اختصاص مهنة معينة يتولاها رجال مدربون عليها " .[1]

- التعريف الإجرائي للأمن المروري:

"هو انخفاض معدل الوفيات و الإصابات و الخسائر البشرية و المادية على مستوى الطرقات بانخفاض معدل حوادث المرور التي قد تحدث على مستوى الطرق، يشير الأمن المروري بمعناه العملي إلى توفر الأمن وحفظه عبر الطرق التي يسلكها مستعملوا الطرق روتينيا و الذي يضمن استعمالهم للطرق بسلام دون التعرض لأي ظرف أو طارئ مفاجئ يدفعون حياتهم ثمنه يعني تعرضهم لحوادث المرور فارتفاع معدل هذه الأخيرة و تضاعف مسببات حدوثها من اختراق لقواعد السير الحسن و غياب الثقافة الأمنية و نقص الوعي الأمني وغير ذلك من عوامل حدوثها ينجم عنه تراجع طردي لمستوى الأمن المروري عبر الطرق ".

6 – التوعية الأمنية المرورية:

أ/ الوعي المروري:

* الوعي:

- لغة:

[1] مجموعة خبراء:علاقة الإعلام بالمسائل الأمنية في المجتمع العربي للدراسات الأمنية و التدريب بالرياض، (د.س.ن)،ص 61 .

من وعى يعي وعيا، وعى الشيء ،سمعه في وعاء،وعى الحديث ، حفظه و فهمه و قبله، وعى الرجل أي يدرك و يفهم و يحفظ، الوعي الحفظ والتقدير، الفهم وسلامة الإدراك.[1]

نقول وعى،يعي،وعيا فهو واع، ووعت الأذن الحديث أي سمعته وحفظته وفهمته، و منها قولنا وعى فلان أي قام بفعل التوعية فهي بمعنى النصح و حمل المستمع على إدراك الموضوع.[2]

فالوعي خاص بالفرد وحده، أما التوعية فهي خاصة بالجماعة و المجتمع،فهما نفس المعنى عدا أن الوعي داخلي و التوعية عملية خارجية.

و يرجع أصل كلمة الوعي إلى كلمة "conscienta" اللاتينية،و هي كلمة مركبة من "con" و "scienta" وهذا المصطلح لا يعني معرفة الموضوع من طرف الفاعل فقط،بل أن الموضوع يعد مرجعا للفاعل نفسه.[3]

وأول من تبنى الكلمة في الانجليزية هو فرنسيس بيكون "francise bacon" ، وتحدث عنها القيصر الإمبراطور ياغسطس "augustus" في حديثه عن الوعي بالذات،و قد استخدم جون لوك "John Locke" هذه الكلمة في مناقشاته الفلسفية بنفس المعنى، فيقول: "هم يقولون دائما أن الإنسان يعي بذاته ما يفكر".[4]

- اصطلاحا :

فالوعي مصطلح عام يشمل إحاطة أفراد المجتمع بمجمل القضايا السياسية و الاجتماعية و الاقتصادية،وحتى العلمية منها، ومن ثم فان للوعي الاجتماعي أنواع كثيرة كالوعي الأخلاقي، الوعي الديني،الوعي الصحي....و الوعي المروري .

---

[1] منجد الطلاب: ط17،بيروت،دار المشرق، 1993 ، ص 719 .

[2] أحمد العايد و آخرون: المعجم العربي الأساسي للناطقين بالعربية و متعلميها، المنظمة العربية للتربية و الثقافة لاروس، باريس، 1989، دط، ص1321 .

[3] عبد الله بوجلال: "إشكالية تحديد مفهوم الوعي الاجتماعي"، المجلة الجزائرية للاتصال، معهد علوم الإعلام و الاتصال بجامعة الجزائر، ع4 ، (خريف 1990)،ص 43.

[4] محي الدين الحليم/" التوعية الاجتماعية في المواضيع الأمنية" في الإعلام الأمني العربي قضاياه ومشكلاته، مركز الدراسات و البحوث، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية،الرياض،السعودية،ط1 ، 2001 ،ص 13 .

إن الوعي هو على أشكال انعكاس الواقع الموضوعي، وهو كامن في الإنسان وحده، و الوعي هو المجمل الكلي للعمليات العقلية التي تشترك إيجابا في فهم الإنسان للعالم الموضوعي و لوجوده الشخصي و يرجع في الأصل إلى نشاط الناس الإنتاجي الاجتماعي.[1]

يعرف الوعي كذلك على أنه اتجاه عقلي انعكاسي يمكن الفرد من الوعي بذاته و بالبيئة المحيطة به بدرجات متفاوتة من الوضوح و التعقيد،ويتضمن ذلك وعي الفرد بالوظائف العقلية و الجسمية ووعيه بالأشياء وبالعالم الخارجي و إدراكه لذاته،و القيام بدور الآخرين .[2]

و هذا الاستدماج للأخر يعد شرطا أساسيا لظهور الوعي طالما أنه يتضمن عملية انعكاسية.

وتستخدم الماركسية الوعي الطبقي للإشارة إلى إدراك الفرد لذاته ولمصالح طبقاته الاجتماعية.[3]

غير أنه لا ينبغي النظر إلى مفهومي الوعي و النفس (الشعور) على أنهما متطابقان أي أن علينا أن لا نعتبر أن كل العمليات العقلية في كل لحظة معينة متضمنة في الوعي ،فان عددا من الانفعالات الذهنية يمكن أن يكون لوقت محدد وراء عتبة الوعي، بمعنى أن يدرك الفرد الواقع بطريقة مثلى، فيصنع أهدافا ومهاما بطريقة إبداعية حيث يقول لينين "lennine" " الوعي الإنساني لا يعكس فحسب العالم الموضوعي و إنما يخلقه" .[4]

و على كل فإننا نميز بصفة أساسية بين مستويين للوعي أحدهما فردي خاص و الثاني عام اجتماعي، وتوصف العلاقة بينهما بأنها علاقة جدلية ذلك لأن الوعي الفردي وان كان يعبر عن العالم الخاص للفرد فانه يؤثر في الوعي الاجتماعي إلا أن هذا الأخير ليس مجرد جمع بسيط لمجموع وعي الأفراد لأنه يكسب وعي الأفراد خصائص المرحلة التاريخية للبناء الاجتماعي.

هذا و نميز كذلك بين وعي اجتماعي عام يشير إلى مجمل القضايا و الأمور التي لا تخص فئة اجتماعية معينة و لكن تخص المجتمع ككل،و الثاني وعي اجتماعي يخص فئة اجتماعية معينة و يرتبط بمصالحها وتصوراتها و طموحاتها المستقبلية.[5]

---

[1] عبدا لله بوجلال: "إشكالية تحديد مفهوم الوعي الاجتماعي"،مرجع سابق، ص56 .

[2] م.روزنتال – ب، يودين: الموسوعة الفكرية ،دار الطليعة،بيروت،د.ط، د،ت، ص 586 .

[3] محمد عاطف غيث: قاموس علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، القاهرة،مصر،دط، 1995 ، ص 87 .

[4] م.روزنتال – ب . يودين: المرجع السابق، ص87 .

[5] عبد الله بوجلال: " إشكالية تحديد مفهوم الوعي الاجتماعي "، مرجع سابق، ص 58 .

إن المقصود بالوعي المروري بمفهومه الشامل هو: " اليقظة الحسية و المعنوية و المعرفة و الإلمام الواسع بكل ما يتعلق بالمرور من مركبة وطريق و إشارات وأنظمة وقوانين و غيرها مما ينعكس إيجابا على الشخص وحسن قيادته ومراعاته للأنظمة المرورية المختلفة ".[1]

و يرتبط الوعي المروري قبل كل شيء باحترام القانون و الاحتكام إليه و الدفاع، كما يدخل الوعي المروري في باب الوقاية من حوادث المرور لذلك فانه يكتسي أهمية قصوى علما بأن الطمأنينة و الارتياح و الشعور بتوفير الأمن المروري تمثل أرضية ضرورية للمجتمع.[2]

و يعرف برنامج الوعي المروري على أنه:" جهد الشرطة نحو جعل المواطن يطبق تعليمات المرور " و الذي يتضمن ما يلي: [3]

1 – التعرف على مشاكل و أخطار المرور.

2 – إعطاء التفسير القانوني للمواقع التي تكثر فيها الحوادث.

3 – تعزيز النشاطات وتقديم الخدمات في الأماكن الآهلة بالسكان.

4 – إبراز قيمة الحيطة و الحذر بشكل أكبر في كل الظروف من أجل قيادة ومشاة بلا حوادث.

5 – نشر قواعد المعرفة المرورية وأسس السلوك البشري حسب أوضاع حركة المرور.

ب/ التوعية الأمنية:

– اصطلاحا:

يعرف الدكتور **بركة بن زامل الحوشان** التوعية الأمنية بأنها: " ضمان إدراك الفرد لذاته و إدراكه للظروف المحيطة به و تكوين اتجاه عقلي ايجابي نحو الموضوعات العامة للمجتمع و تشتمل على اتجاه عقلي يعكس تصور الفرد لذاته ولأهمية سيادة الأمن على المواقف الاجتماعية و الظروف المحيطة في المجتمع، ويتبلور ذلك في ترسيخ مفهوم الوقاية من الجريمة في الأذهان،و تعلم الأفراد كيفية إدارة حياتهم المعيشية

---

[1] صالح عبد العزيز النصار: "الوعي المروري" جريدة الجزيرة المسائية، السعودية، ع 10280 ، (24 أوت 2000) نقلا عن الموقع: www.jazirah.com (أفريل 2005).

[2] مجلة "دور الجمعيات في التوعية للوقاية من حوادث المرور" ، المركز الوطني للوقاية و الأمن عبر الطرق،الجزائر،عدد خاص، (25 نوفمبر 2000)، ص 9.

[3] "حوادث المرور....سرطان يتغلغل في جسد الطريق":مجلة الشرطة ،المركز الوطني للوقاية والأمن عبر الطرق، الجزائر، ع 51 ،(مارس1995)،ص 15 .

العادية بطرق وأساليب تكفل لهم ولذويهم و أموالهم الحماية و الأمن،و دفع الجمهور للمشاركة في أداء ما يزيد من فعالية الأمن بالجهود الذاتية والمشاركة في وضع حلول لما يعرض من مشكلات عامة" .[1]

و يعتبرها الدكتور **جاسم خليل ميرزا،** بأنها: " مجموعة الأنشطة و الفعاليات التي تستخدمها إدارة التوعية الأمنية للوصول إلى الجماهير على اختلاف فئاتهم عبر وسائل الإعلام المختلفة لتزويدهم بالمعلومات الأمنية لضمان تفاعلهم الايجابي مع جهاز الشرطة في إطار من التفاهم و الحرص الكامل على مصلحة المجتمع، لذا فهي تعتبر محور إدارة التوعية الأمنية، باعتبارها جزءا من منظومة العمل الشرطي" .[2]

ج/ التوعية الأمنية المرورية:

– اصطلاحا: "التوعية الأمنية المرورية هي عبارة عن فن اتصالي يسعى لإحداث تأثير مقصود و موجه لصالح الأمن في المجتمع، كما تستهدف التوعية الأمنية ،إثارة الوعي لدى الجماهير بأي مشكلة أو قضية، لخلق الإحساس بهذه المشكلة أو القضية ووضعها في منطقة الشعور بالنسبة للفرد غير الواعي بهذه المشكلة ،و يسمي علماء النفس هذه العملية بالإدراك ".[3]

إذ تعتبر التوعية من الوسائل الناجعة في الوقاية ، فهي مكملة لمهمة التربية و التكوين، إذ تتضمن تذكيرا لمستعمل الطريق بالأخطار المحدقة به، و تحذيره منها بتزويده بنصائح دقيقة لتفاديها ، و لكي تحقق التوعية الأمنية الهدف المبتغى منها يجب أن تكون مواضيعها مستقاة من نتائج علمية و مستندة للمناهج العلمية الحديثة لتشخيص العوامل المختلفة المتسببة في حوادث المرور، لذا تكون برامجها التوعوية مستندة إلى نتائج البحوث الميدانية ودراسة و تحليل كل المعطيات المتعلقة بالحوادث المرورية، ونجاحها يتوقف على حسن انتقاء الوسائل المناسبة من مطويات و لافتات وملصقات و غيرها.[4]

و تعتبر التوعية الأمنية المرورية فعالة في مجال الوقاية من حوادث المرور،كونها تخاطب العقل و الضمير، و ينبغي على القائمين بعملية التوعية أن يكونوا من أهل الاختصاص كما يجب أن يكونوا قدوة في سلوكهم و ممارساتهم اليومية المتعلقة بالطريق ،أي أن يكونوا السباقين لاحترام قوانين المرور،حيث يؤثر إيجابا على الشرائح المختلفة التي توجه لهم عملية التوعية المرورية، وإذا كانت هذه العملية تختلف من باختلاف

---

[1] جامعة نايف للعلوم الأمنية:الإعلام الأمني العربي قضاياه و مشكلاته،دط،مركز الدراسات و البحوث،الرياض، 2002 ، ص 156 .

[2] جاسم خليل ميرزا: الإعلام الأمني بين النظرية و التطبيق،مرجع سابق، ص 201 .

[3] جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية: العمل الإعلامي الأمني ، المشكلات و الحلول، ط1 ، مركز الدراسات و البحوث، الرياض، 2005 ، ص 15 .

[4] الهاشمي بوطالبي/ (مهام المركز الوطني للوقاية و الأمن عبر الطرق و إستراتيجيته في عملية الوقاية)، الوقاية و السياقة،العدد 02 ، (د.م.ن)، المركز الوطني للوقاية و الأمن عبرالطرق، 2003 ، ص 58 .

الزمان و المكان ،فان الوسائل المستعملة أيضا تختلف، إلا أن الهدف واحد و محدد يتجسد أساس في التقليل من حوادث المرور.[1]

التعريف الإجرائي للتوعية الأمنية المرورية:

"التوعية الأمنية المرورية هي جهود إعلامية تثقيفية تربوية لجعل الناس يلتزمون بقواعد المرور و قاعد و قوانين السير الحسن، من أجل الحد من فداحة الخسائر البشرية والمادية بتنمية الشعور بمسؤولية تجنب أخطاء تجاوز أنظمة المرور لتفادي الأثر السيئ لحوادث المرور.[2]

فالتوعية تعد من بين الوسائل التي لها نجاعة كبيرة في الوقاية من حوادث المرور، شريطة أن تعتمد على منهجية حديثة و عملية باستغلال وسائل الإعلام العام حول مواضيع المرور و السلامة المرورية و كذا الوسائل الخاصة بالشرطة والمعتمدة من طرف العلاقات العامة في إطار الإعلام الأمني الخاص كل ذلك بهدف الوقاية من حوادث المرور و تحسين الأمن المروري عموما".[3]

ثانيا: الاطار النظري للدراسة

1 – الدراسات السابقة:

ان نمو المعرفة و تشعبها يفرض على الباحث عندما يفكر في القيام بأية دراسة البحث أولا في المجالات التي سبقت دراسته، فالدراسات السابقة تكتسب أهمية كبرى في المساعدة على التحكم في موضوع البحث

---

[1] لواء أحمد فؤاد كامل/ (الأمن الشعوري)،مجلة الشرطة ، العدد 43 ، (د.م.ن)، المديرية العامة للأمن الوطني ، جانفي 1990 ، ص 36 ، 37 .

[2] "حوادث المرور... سرطان يتغلغل في جسد الطريق"، مرجع سابق، ص 15 .

[3] مجلة"دور الجمعيات في التوعية للوقاية من حوادث المرور"،مرجع سابق، ص 9 .

وفق تجربة سابقة، بداية بطرح الاشكالية و تحديد الخطوات المنهجية اضافة للأدوات التي سيعتمد عليها، وصولا للنتائج.[1]

أثناء مرحلة بحثنا عن دراسات سابقة ذات صلة بموضوعنا، لفت انتباهنا استئثار أكاديمية نايف للعلوم الأمنية بالدراسات العربية الأمنية و نيل الخليج العربي حصة الأسد فيما يتعلق بالدراسات التي يمثل العلام الامني المحور الرئيسي لها، و منه فقد اعتمدنا على جملة من تلك الدراسات.

أما بخصوص الدراسات الوطنية صادفنا بعض الدراسات حول حوادث المرور غير أن تلك التي تتناول موضوع العلاقة بين الاعلام و التوعية المرورية فتكاد تكون منعدمة اذ لم نحصل سوى على دراسة وطنية وحيدة في هذا المجال.

و نظرا لتنوع مواضيع الدراسات ارتأينا الى تصنيفها الى ثلاث محاور، بداية بالدراسات التي مثلت حوادث المرور محورها الأساسي اقتصرنا على دراسة واحدة باعتبارها معمقة و مطولة فهي تعكس جدا واقع الحوادث المرورية بالجزائر، ثم دراسات حول العلاقات العامة بالشرطة و ثالثا دراسات تطرقت الى الدور الذي من شأن الاعلام أن يؤديه في سبيل التوعية الأمنية و التقليص من حوادث المرور.

المحور الأول: حوادث المرور

1- حوادث المرور في الجزائر:[2]

دراسة ميدانية أجريت في فترة السبعينات بالجزائر من طرف الباحثين :نور الدين دكار وعبد الجليل بوزعوشة، و قد دامت الدراسة حوالي عشرية كاملة (من 1970 إلى 1979) و هي فترة معتبرة تعكس مدى أهمية النتائج المتوصل إليها.

و في هذه الدراسة يتساءل الباحثان عن أهم العوامل المؤدية إلى ارتفاع حوادث المرور ومن ثم اتخاذ التدابير و الإجراءات اللازمة للتقليل من حجم هذه الحوادث، لكن إذا كانت حوادث المرور خلال فترة السبعينات تشكل من الأهمية بحيث أصبحت محل دراسة و اهتمام، فإننا نتساءل بموضوعية عن واقع الظاهرة اليوم بعد تضاعف حجم الحظيرة الوطنية للسيارات، زيادة إلى التحسن الكبير في وضعية الطرق السريعة،بالمقابل نتحدث عن قدم العمر الزمني للسيارات و هي كلها مؤشرات تدل على ارتفاع حجم حوادث المرور اليوم.

---

[1] ميلود سفاري: الأسس المنهجية في توظيف الدراسات السابقة، مجلة العلوم الانسانية، منشورات جامعة منتوري، قسنطينة ، الجزائر، ع 06، 1995، ص 38.

[2] دكار نور الدين، عبد الجليل بوزعوشة: حوادث المرور في الجزائر، الجزائر، 1983 .

و ما يلاحظ على هذه الدراسة هو عدم وضوح الفرضيات التي انطلق منها الباحثان، و التي يمكن استنتاجها من خلال الأهداف التي حددها الباحثان وهي:

- تحسيس السكان و السلطات العمومية بخطورة الوضع.
- تحديد الأوضاع التي أدت إليها الظاهرة للفت الانتباه.
- السهر على تطبيق سياسة وقائية فعالة للتخفيف من عدد ضحايا الطرق.

تضمنت هذه الدراسة عدة فصول، حيث خصص الفصل الأول للإطار المنهجي و المفهومي للدراسة يليه فصل خاص بإحصائيات عامة حول حوادث المرور و طرق الوقاية منها،ليصلا في الأخير إلى عرض نتائج الدراسة.

كما اعتمد الباحثان على المنهج الوصفي التحليلي،حيث قاما بوصف وتحليل الإحصائيات – بالنسبة لتوزيع معدل الوفيات و الإصابات خلال الفترة 1979/1970 و تشكلت عينة الدراسة من جملة إحصائيات تم الحصول عليها من طرف المستشفيات، المديرية العامة للنقل الوطني،مصالح الدرك الوطني، وكذا وزارة النقل و المعهد الوطني للصحة العمومية،و قد توصلت الدراسة إلى:

- انتقل معدل الإصابات من 126.8 لكل مئة ألف ساكن سنة 1970 إلى 164.9 لكل مئة ألف ساكن في 1979 ، في حين نجد معدل الوفيات انتقل من 10 قتلى لكل مئة ألف ساكن إلى 17 قتيل لكل مئة ألف ساكن لسنتي 1970 -1979 .
- أما عن توزيع الضحايا حسب القطاع،فالمناطق الريفية سجلت 26 % قتيل و 78 % جريح.
- كما أن فئة الرجال هم أكثر عرضة لحوادث الطرق من النساء، و أن الأطفال أكثر عرضة لحوادث المرور بنسبة 41.6 % جريح و 30.3 % قتيل.
- أغلب حوادث المرور تتراوح بين سن 20 إلى 50 سنة
- تعتبر أيام العطل و الأعياد بمثابة أيام قاتلة،كما أن فصل الصيف (أوت، جويلية ، سبتمبر) يعرف عدد مرتفع من حوادث المرور.

-ارتفاع نسبة وفيات حوادث المرور مقارنة بالوفيات العامة و ذلك من 0.6 % إلى 102 %، كما تمثل ساعات الدخول والخروج من العامل و المدرسة ساعات خطيرة خاصة ما بين الساعتين 16 – 20 .
- أن الإنسان هو المتسبب الأساسي في حوادث المرور بنسبة 82.1 % .

تقييم الدراسة:

إن هذه الدراسة وان طغى عليها جانب الإحصائيات، غير أنها أعطت لنا صورة عن حوادث المرور خلال فترة السبعينات، لكن يمكن القول أن هذه الدراسة قريبة لفن التحقيق الصحفي أكثر منها إلى البحث العلمي الأكاديمي كونها تفتقد إلى الخطوات المنهجية للبحث العلمي.

إن هناك اختلافا جوهريا بين هذه الدراسة المتعلقة بحوادث المرور، وبين دراستنا التي تدور حول دور العلاقات العامة الشرطة ي تطوير الإعلام الأمني و تحسين الأمن المروري، غير أن نقطة الالتقاء بين الدراستين تتمثل في تركيزهما على نفس المشكلة و هي المشكلة المرورية،هذا ما يظهر جليا في دراستنا الميدانية التي تناولت دور العلاقات العامة في التخفيض من حوادث المرور التي باتت تمثل هاجسا لمستعملي الطريق حتى سميت لدرجة خطورتها بإرهاب الطرقات.

و منه فدراسة الباحثين ساهمت في توضيح مدى خطورة وارتفاع معدل حوادث المرور بالجزائر الأمر الذي يزيد من المسؤولية الملقاة على عاتق العلاقات العامة في الإنقاص من حدة هذه الظاهرة باعتماد مختلف الأساليب الاتصالية و الإعلامية العامة منها و المتعلقة بوسائل الإعلام العام أي الإعلام الأمني العام و كذا وسائل الإعلام الخاصة أي الإعلام الأمني الخاص بالشرطة والصادر عن جهاز العلاقات العامة فيها بالتحديد.

المحور الثاني: العلاقات العامة بالشرطة

1- العلاقات العامة بين الشرطة و الشعب:[1]

دراسة وصفية تحليلية أجريت بمصر سنة 1961 قام بها النقيب **فاروق محمد الجيزاوي** المتحصل على شهادة الليسانس في الدراسات الاجتماعية ودبلوم الدراسات العليا في الاجتماع.

جاءت دراسة النقيب متضمنة في كتاب : " العلاقات العامة بين الشرطة و الشعب " المنشور سنة 1961 في طبعة أولى بالقاهرة في مصر و قد احتوى هذا الكتاب على 5 أبواب استهل بالجانب النظري ليستكمل فيما بعد بالجانب الميداني من أجل الوقوف على اتجاهات المواطنين نحو رجل الشرطة وبالعكس اتجاه رجل الشرطة نحو المواطنين.

تدور إشكالية الدراسة حول تساؤله عن حقيقة العلاقات العامة بصفة عامة و العلاقات العامة بين الشرطة و الشعب خاصة و السؤال المطروح جاء على النحو التالي: **ما هي اتجاهات رجل الشرطة نحو المواطنين و اتجاهات المواطنين نحو رجل الشرطة ؟** .

---

[1] العلاقات العامة بين الشرطة و الشعب: للنقيب فاروق محمد الجيزاوي- دراسة وصفية تحليلية – مصر- 1961 .

تهدف الدراسة إلى التعرف على النموذج الأمثل لممارسة العلاقات العامة بين الشرطة و المواطن و معرفة الأساليب التي يجب إتباعها من أجل تحقيق الهدف المرجو و هو تعاون كل من رجل الشرطة و المواطن ، و كما قلنا سابقا فان الكتاب اشتمل على خمس أبواب الأول تطرق فيه إلى العلاقات العامة في المجتمعات البشرية،الثاني تناول فيه العلاقات العامة و الاتجاهات السيكولوجية، كما تحدث عن خصائص و جوانب العلاقات العامة مشيرا إلى سيكولوجية الجماهير و الرأي العام،الثالث احتوى على طرق التأثير في اتجاهات الجماهير و ذلك بأساليب الاتصال و مقوماته،البرامج الإرشادية و شروط نجاحها، والرابع
تطرق فيه إلى العلاقات العامة و الشرطة، الشرطة والشعب، الشرطة كهيئة اجتماعية و أخذ نموذجا عن الخدمات الاجتماعية التي تقوم بها الشرطة خدمة للشعب بعنوان: الشرطة في ميدان الرعاية الاجتماعية للأحداث المنحرفين، أما الباب الخامس فمثل ميدان البحث العلمي و قد قسمه إلى ثلاثة أقسام:

- قسم أول:تمثل في استفتاء موجه إلى الشعب و يحتوي على استمارة بها 24 سؤالا.
- قسم ثاني: تمثل في استفتاء خاص بالسادة ضباط الشرطة و هي استمارة تمثل العلاقات العامة بين الشرطة و الشعب بها 22 سؤالا.
- قسم ثالث: تمثل أيضا في استفتاء موجه لجنود الشرطة، تضمنت استمارته 13 سؤالا.

أسفرت هذه الدراسة عن نتائج مفادها أن غالبية الأفراد يرغبون في إيجاد علاقات طيبة بينهم و بين رجال الشرطة إلا انه يخشونهم لذا يتحاشون التعامل معه و كذا التعاون معهم في سبيل إحلال الأمن .

أما عن رجال الشرطة عامة فلم يفصحون عن شعورهم بالاستياء و الألم و الضيق لنفور الشعب منهم و إعراض الأفراد عن التعاون معه الشيء الذي يؤدي إلى صعوبة مهامهم، مما يعيق مرونة التواصل بينهم، و في آخر نتائج دراسته اقترح عدة التزامات موجهة لرجال الشرطة و أخرى موجهة للشعب إذا اتبعها و احترمها كل منهما تحسنت العلاقة بينهما و توطدت أكثر.

تقييم الدراسة:

إن النتائج التي توصل إليها النقيب فاروق محمد الجيزاوي كانت غاية في الأهمية إذ كانت جد واقعية و عقلانية رغم قدم الدراسة ،و لو طبقت الدراسة أو النتائج حاليا لأسهم ذلك في خلق جو من التواصل بين الشرطة و الشعب ،و ان دل هذا على شيئ فانما يدل على أن الفجوة كانت و لازالت قائمة بين الطرفين و قد لقي هذا الموضوع اهتمام لحساسيته ولمحاولة تحسين الأوضاع.

أما أهمية هذه الدراسة بالنسبة لدراستنا فرأينا أنه من الأحسن و من أجل فهم أفضل للدور الذي تقوم به العلاقات العامة بالشرطة إزاء الجمهور الخارجي بمحاولة نشر التوعية الأمنية المرورية بغية التخفيض من حوادث المرور فانه من الجدير أن نقف أولا عند طبيعة العلاقة بين الشرطة والمواطن في الجزائر هذه العلاقة التي لا يخفى على أحد منا أنها تقيم على أنها إشكالية يجب النظر فيها.

و منه فان دراسة النقيب أعطتنا لمحة عن طبيعة العلاقة بين الشرطة و الشعب عموما و ان كان مجال الدراسة الميداني قد حدد بمصر، مما جعلنا نستوحي هذه الفكرة من أجل معرفة الطبيعة الحالية لعلاقة الشرطة و الجمهور بالجزائر .

يرمي وقوفنا على طبيعة هذه العلاقة إلى التمكن من توفير أرضية ممهدة لبحثنا الميداني فاحاطتنا علما بحال هذه العلاقة ومعرفة مواطن الضعف فيها يمكننا من معرفة الدور الفعلي و المفترض للعلاقات العامة بالشرطة الجزائرية أن تؤديه لتثمن ما تجده ايجابيا في هذه العلاقة و تعمل على محو ما من شأنه أن يؤدي إلى تشنج و صعوبة هذه العلاقة بين الشرطي و المواطن.

فنجاح العلاقات العامة بالشرطة في معرفة حقيقة العلاقة يفتح أمامها مجالا رحبا و أفقا واسعا للتحكم في مسار هذه العلاقة كله في سبيل التأثير الايجابي على جمهورها.

و نقصد من أجل التوضيح أكثر فان الجمهور الداخلي للعلاقات العامة بالشرطة يتمثل في رجال الشرطة –الطرف الأول للعلاقة– أي التأثير في أداء الشرطي و محاولتها تحسين مستوى هذا الأداء و كذا جمهورها الخارجي المتمثل في الأفراد –الطرف الثاني للعلاقة– عموما و مستعملي الطريق خصوصا بغية حصر هؤلاء في خانة عينة دراستنا التي اقتصرت على جمهور السائقين ،فتأثير العلاقات العامة بالشرطة على جمهورها الخارجي اذن يتمثل في تعديل سلوكهم المروري و توعيتهم و تبصيرهم بمسؤوليتهم أما حفظ الأمن على مستوى الطرقات التي يستعملونها روتينيا.

إن تحكم العلاقات العامة بالشرطة إذن في الجمهورين يسهل أمامها عملية إيصال الرسالة الإعلامية في أحسن صورها و تفعيل و تطوير الإعلام الأمني عموما و الإعلام الأمني المروري خصوصا و الرامي أولا و أخيرا إلى التحسين من الأمن المروري.

2– العلاقات العامة في المؤسسات الشرطية :[1]

[1] جاسم خليل ميرزا: العلاقات العامة في المؤسسات الشرطية،دراسة بإمارة دبي.

دراسة للدكتور:جاسم خليل ميرزا دكتور في علوم الشرطة تخصص إعلام أمني أجريت هذه الدراسة **بإمارة دبي** خلال السنوات القليلة الماضية أي بعد ترفيع العلاقات العامة بشرطة دبي مستوى ادارة سنة 2002 بعد أن كانت في المراحل السابقة قسما يتبع ادارات فرعية.

ملخص الدراسة:

لم يعد من الضروري التأكيد أو التذكير بمدى أهمية العلاقات العامة حيث لم تعد موضع نقاش في عالم مترابط مع بعضه بالعلاقات المتداخلة و الاتصالات السريعة، من هذا المنطلق اهتمت القيادة العامة لشرطة دبي منذ بداية السبعينات بالدور الذي يمكن أن تلعبه العلاقات العامة في مجال الشرطة على المستويين الداخلي و الخارجي من خلال العمل على تعميق العلاقة الحسنة و الاحترام و الثقة المتبادلة بين أفراد الشرطة بعضهم بعض و بين أفراد المجتمع، و قد كان من أهم أهداف العلاقات العامة شرطة دبي كسب ثقة الجماهير ورفع مستوى الوعي في العمل الشرطي.

ومع التطور المستمر الذي شهدته القيادة العامة لشرطة دبي خلال السنوات الماضية تطورت العلاقات العامة فيها وأصبحت تشكل حلقة الوصل بين شرطة دبي و الجمهور من ناحية، وبين قطاعات الشرطة من ناحية أخرى .

يقع اختصاص العلاقات العامة شرطة دبي ضمن مهام وواجبات الإدارة العامة للتوجيه المعنوي التي تقع في مصاف الإدارات العامة بالقيادة العامة لشرطة دبي وبالتالي فان العلاقات العامة تعد من الإدارات الفرعية التابعة للإدارة العامة للتوجيه المعنوي و تخضع لنظام المؤسسة العسكرية - شرطة دبي — و يعتبر دورها حيويا و هاما و تعنى بتقديم الخدمة الأمنية للناس في المقام الأول حماية لأرواحهم و أموالهم و ممتلكاتهم بالإضافة إلى كسب ثقة و تعاون أفراد المجتمع و العمل على رفع مستوى الأداء في العمل الشرطي من خلال الأقسام التابعة للإدارة.

قسمت الدراسة إلى :

1: تعريف العلاقات العامة في الشرطة

2: نشأة العلاقات العامة في شرطة دبي

3: البناء التنظيمي للعلاقات العامة في شرطة دبي

4: أهداف العلاقات العامة في الشرطة في إطار الجمهورين الداخلي و الخارجي

5: معوقات العلاقات العامة في الشرطة

6: توصيات و اقتراحات لتطوير ممارسة العلاقات العامة في الأجهزة الشرطية

تقييم الدراسة:

تمثل هذه الدراسة تجربة حية في مجال العلاقات العامة بالشرطة حيث تناولت موضوع بحثها عن العلاقات العامة في المؤسسات الشرطية متخذة من تجربة شرطة دبي نموذجا للدراسة.

تظهر أهمية هذه الدراسة إذن في كونها أعطت صورة واضحة عن حال العلاقات العامة بالشرطة بداية من نشأة قسم العلاقات العامة بشرطة دبي في أواخر عام 1974 الأمر الذي يعكس التجربة السباقة لشرطة دبي في مجال العلاقات العامة بالشرطة مقارنة بمدى تواضع التجربة في الجزائر، فنشأة هذا القسم جاء عن رغبة ملحة من قائد الشرطة وقتها و قناعته بالدور البارز للعلاقات العامة في العمل الشرطي و إيمانه بأهمية تخطيط العلاقات العامة ودورها في نجاح عمل الشرطة فتم إنشاء قسم للعلاقات العامة و ألحق بإدارة التخطيط ثم ترفيع العلاقات العامة الى مستوى ادارة الأمر الذي يعكس بقوة اعطاء العلاقات العامة الأهمية و الاستقلالية بشرطة دبي.

تتفق هذه الدراسة مع دراستنا كون الدراستين انطلقتا من فرضيات متشابهة تتمثل في القول بأهمية دور العلاقات العامة بالشرطة و دورها الحيوي في تقديم الخدمة الأمنية للناس و رفع مستوى الأداء في العمل الشرطي أي دور العلاقات العامة بالشرطة لا سيما في التوعية الأمنية،كما تضمنت الدراسة توصيات و اقتراحات تهدف لتطوير ممارسة العلاقات العامة بالأجهزة الشرطية يمكننا الاستفادة منها في إطار توصيات دراستنا .

3- العلاقات العامة في الشرطة:[1]

دراسة للدكتور محمد ناجي الجوهر، دراسة تطبيقية بجهاز الأمن العام الأردني تم إجراء الدراسة خلال الفترة من كانون الأول 1994 لغاية شهر حزيران 1995 .

أهمية الدراسة و أهدافها:

نبعت أهمية هذه الدراسة من أهمية جهاز الأمن العام و العمل الذي يقوم به خدمة للمواطن و للدولة و المجتمع ككل و ضرورة معرفة المواطن بطبيعة هذا العمل وأهميته و خلق حالة من التفاعل بينه و بين جهاز

---

[1] محمد ناجي الجوهر :العلاقات العامة ي الشرطة،دراسة تطبيقية بجهاز الأمن العام الأردني، 1994 .

الأمن العام،هذه الحالة التي تقع مسؤولية خلقها على إدارة العلاقات العامة، ولذلك تحاول هذه الدراسة أن تتعرف على ما تقوم به هذه الإدارة لخلق حالة التفاعل هذه و بالتالي فهي تهدف لتحقيق أهداف محددة.

أهداف الدراسة:

1- تقديم وصف شامل لإدارة العلاقات العامة بالأمن العام و للأدوات و البرامج التي نعدها لتحقيق وظائفها.

2- تقويم ممارسة هذه الإدارة لوظائفها وفقا لنماذج غرونك لممارسة هذه الوظائف.

تساؤلات الدراسة:

سعت الدراسة للإجابة على التساؤلات التالية:

1- ما هي أقسام إدارة العلاقات العامة و ما هي الواجبات المناطة بكل قسم؟

2- من يعمل في هذه الإدارة ؟

3- ما هي الأدوات و البرامج التي تستخدمها هذه الإدارة للقيام وظيفتها ؟

4- ما هي المشكلات التي تواجه هذه الإدارة؟

5- ما هي السياسة الإعلامية التي تسير وفقها إدارة العلاقات العامة ؟

6- ما هو النموذج الذي تتبعه إدارة العلاقات العامة في ممارستها لوظيفتها؟

نوع الدراسة: هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التقويمية التي تقدم وصفا للشكل الذي تمارس به ادارة العلاقات العامة وظائفها و تقويم هذه الممارسة وفقا لأشكال الممارسة النطرية لوظيفة العلاقات العامة.

مجتمع الدراسة: تكون مجتمع الدراسة من إدارة العلاقات العامة بجهاز الأمن العام الأردني باعتباره نموذجا للأجهزة الأمنية في الدول العربية.

إجراءات الدراسة:اعتمدت الدراسة على تحليل و تقييم مجموعة من البحوث و التقارير و المقابلات التي قام بها طلبة الفصل المنتهي تخصص العلاقات العامة بقسم الصحافة و الإعلام بإشراف الباحث بالإضافة إلى التقارير الصادرة عن إدارة العلاقات العامة بجهاز الأمن الأردني.

تقييم الدراسة:

من أبسط قراءة لأهمية و أهداف هذه الدراسة نستنتج أنها قريبة جدا إلى دراستنا من حيث اشتراك الدراستين على هدفين متماثلين ، أولهما التركيز على إدارة العلاقات العامة بجهاز الأمن من خلال الوقوف على واجباتها و أدوارها و معوقاتها و غير ذلك مما تعلق بجهاز العلاقات العامة بالشرطة، أما ثاني هدف

فهو تركيز الاهتمام من جهة أخرى على محور بالغ الأهمية في دراستنا و هو سعي جهاز العلاقات العامة إلى خلق حالة و جو من التفاعل بينه و بين المواطن مع التذكير بأن هذا من بين المسؤوليات الملقاة على عاتق هذا الجهاز.

يمكن أن تفيدنا هذه الدراسة إذن في معرفة دور جهاز العلاقات العامة بالجهاز الأمني – الشرطة – في تحسين العلاقة بين رجل الشرطة و المواطن و من ثم خلق جو من التفاعل الايجابي بين الطرفين، والذي من شأنه أن يجعل من الرسالة الإعلامية الأمنية أكثر مرونة في وصولها إلى الجمهور و بالتالي الاستجابة لمضامينها.

غير أن دراستنا تعدت محاولة معرفة دور العلاقات العامة الايجابية بين الشرطة و الجمهور في تطوير الرسالة الإعلامية الأمنية إلى الوقوف على مختلف الاستراتيجيات الإعلامية الأمنية في الاقناع، و مختلف الوسائل المستخدمة من قبل العلاقات العامة بالشرطة في توعية المواطن و تحسيسه بمسؤولياته الأمنية في سبيل تجسيد الأمن المروري.

المحور لثالث: دور الاعلام في التوعية و الوقاية من حوادث المرور

1- دور الإعلام الأمني في مواجهة مشكلة حوادث المرور: [1]

دراسة للدكتور جاسم خليل ميرزا، أجريت **بامارة دبي** في العشرية الأخيرة من 1990 و بداية سنة 2000 ، انطلقت الدراسة من عدة تساؤلات مفادها:

- ما دور الإعلام الأمني المروري في منظومة الإعلام الأمني الإماراتي؟
- هل تجربة دبي في مجال حملات التوعية المرورية يحتذي بها و يمكن تعميمها على المستوى المحلي و الإقليمي؟
- إلى أي مدى نجحت حملات التوعية الأمنية المرورية في الحد من حوادث المرور؟

نتائج الدراسة:

1- الإعلام الأمني المروري يحتل مكانة بارزة في منظومة الإعلام الأمني الإماراتي لماله من دور مهم في خفض الخسائر المادية و البشرية و الاقتصادية الناجمة عن حوادث المرور والتي تمثل في مجملها قاعدة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية تستوجب الحفاظ عليها.

---

[1] جاسم خليل ميرزا: دور الإعلام الأمني في مواجهة مشكلة حوادث المرور،دراسة بإمارة دبي.

2- تجربة دبي في مجال الحملات التوعوية المرورية مثل يحتذي به و يمكن تعميمه على المستوى المحلي و الإقليمي و هو نموذج قابل للتطبيق على جميع إمارة الدولة باعتبار أن هناك العديد من الدول العربية لا تنظم مثل هذه الحملات المرورية رغم تفاقم مشكلة الحوادث المرورية بها ويظهر تأثير هذه الحملات في مجتمع الإمارات:

- انتشار الوعي بأهمية التعاون مع جهاز الشرطة و الالتزام بقواعد السير و المرور.

- تطبيق الدوائر الحكومية لإجراء الأمن والسلامة المرورية على مركباتها تماشيا مع هذه الحملات.

- التأكيد على نجاح و فعالية حملات التوعية المرورية من خلال لغة الأرقام وفقا للإحصاءات التي وردت في الدراسة منها:

- انخفاض نسبة حوادث المرور على الطرق السريعة بإمارة دبي من 96.5% سنة 1955 إلى 58.2 % سنة 2000 .

- انخفاض نسبة حوادث المرور عند التقاطعات الرئيسية لمدينة دبي من 6.7% سنة 1955 إلى 5.1% سنة 2000، الفترة التي واكبت الاستمرار في حملات التوعية الأمنية المرورية المكثفة من قبل شرطة إمارة دبي و تأثيرها التراكمي.

تقييم الدراسة:

تتضح أهمية هذه الدراسة في حداثتها كونها تعد تجربة تصنف من بين التجارب الحديثة في مجال الإعلام الأمني ، باعتبار أن الإمارات العربية كانت سباقة في أخذ غمار التجربة الإعلامية الأمنية، تتضح أهمية هذه الدراسة أيضا في كونها دراسة تقييميه لكفاءة حملات التوعية المرورية بإمارة دبي و قياس مدى إمكانية تعميم هذه الحملات على المستويين المحلي و الإقليمي لتكون تجربة يحتذي بها في نشر التوعية المرورية و أسلوب عمل يمكن الاستفادة منه في سبيل التقليل من حوادث المرور.

الشيء الايجابي و الواقعي في هذه الدراسة أنها انطلقت من نظرة واقية مفادها تفاقم مشكلة حوادث المرور محليا و إقليميا ومنه التسليم بضرورة التحرك من أجل الحد من فداحة الخطورة الناجمة عن حوادث المرور في شكل انجاز حملات توعوية على المستوى الإقليمي، و فعلا كان لذلك نتائج مرغوبة و جيدة اتضحت في نجاح هذه الحملات ظهر ذلك في الانتشار المحسوس للوعي الأمني لدى الأفراد و قناعته بضرورة الالتزام بقواعد السير الحسن،ويظهر النجاح الأكبر في انخفاض معدل حوادث المرور بإمارة دبي.

إن هذه الدراسة ترتبط ارتباطا وثيقا بدراستنا فكلا الدراستين تهدف إلى الحد من الحوادث المرورية و نشر التوعية الأمنية المرورية، و إن كان هدف دراستنا أشمل باعتباره يضم أيضا دور العلاقات العامة في

تفعيل العملية الاتصالية و تطوير الإعلام الأمني الذي من شأنه أن يعطي فرصا أكبر للحملات التوعوية في التقبل من طرف الأفراد.

الشيء الذي أضافته دراستنا كذلك هو تركيزها زيادة على وسائل و طرق التوعية المرورية هو تركيز دراستنا على الجهة القائمة على إعداد الحملات التوعوية ، و هي العلاقات العامة بالشرطة ومنه فدراستنا جاءت أشمل باعتبارها ركزت على مصدر الرسالة الإعلامية أولا و على الرسالة الإعلامية الأمنية ثانيا كله بهدف إحداث أثر لدى المتلقي – السائقين – ولم تقتصر فقط على الرسالة كما هو الشأن في دراسة الباحث .

2- دور الإعلام في التوعية والوقاية من حوادث المرور في المناطق الريفية الجزائرية:[1]

و هي عبارة عن رسالة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال ،أنجزتها الباحثة بن عباس فتيحة سنة 2004 بجامعة الجزائر و هي دراسة وصفية استطلاعية نظرية تهدف الى الكشف عن الموضوع أو الظاهرة ثم تفسيرها.

و لقد انطلقت الباحثة من حقيقة مفادها أن حوادث المرور تعتبر من أخطر المشكلات التي تعاني منها الدول والجزائر خاصة ، إذ تحتل حوادث المرور المرتبة التاسعة من أسباب الوفيات في العالم مما يستدعي تكاثف الجهود من أجل الوقاية و التقليل من خطر هذه الحوادث، من ذلك دور وسائل الإعلام.

ولمعالجة هذه المشكلة تطرح الباحثة مجموعة من الأسئلة حول حالة حوادث المرور بالجزائر، و كذا تساؤلات حول دور الإعلام في التوعية و الوقاية.

و نظرا لطبيعة الدراسة النظرية اعتمدت الباحثة على لغة الأرقام و الدلالة الإحصائية فيما أسمته الباحثة بالمنهج الوصفي الاستطلاعي.

و قد استندت الباحثة على نتائج الإحصائيات التي تحصلت عليها من وحدات أمن الطرقات لقيادة الدرك الوطني باعتبار أن مجال دراستها اقتصر على المناطق الريفية فقط،واعتمدت على هذه الإحصائيات كعينة إجمالية مشكلة بشكل قصدي.

و من الأدوات التي اعتمدتها في جمع المعلومات المقابلة و الملاحظة ، كما اتبعت خطة منهجية متمثلة في ستة فصول هي :

---

[1] فتيحة بن عباس:دور الإعلام في التوعية و الوقاية من حوادث المرور في المناطق الريفية الجزائرية –دراسة وصفية استطلاعية – مذكرة ماجستير غير منشورة،قسم علوم الإعلام و الاتصال، كلية العلوم السياسية،جامعة الجزائر،2004.

الإعلام و مفهومه، تأثير وسائل الإعلام، شبكة الطرق بالجزائر، قانون المرور،ظاهرة حوادث المرور في الجزائر،و أسباب وقوع الحوادث حسب قيادة الدرك الوطني، وقد خلصت الباحثة في نهاية دراستها إلى عرض بعض الوصايا و الاقتراحات.

تقييم الدراسة:

ما يلاحظ على الدراسة أنها تعد وصفا إحصائيا أكثر منه تحليليا،ثم إنها لم تركز على موضوع الإعلام و دوره في التوعية و الوقاية من حوادث المرور، بل إنها من خلال الأهداف التي ساقتها الباحثة و المنهج والعينة المعتمدة نستشف أنها اهتمت فقط بوصف الحالة المرورية بالمناطق الريفية وحجم حوادث المرور بها و أسبابها، ولم تتناول دور الإعلام في التوعية المرورية بل تناولت دور الدرك و المركز الوطني و الوزارات في التوعية و الوقاية من خلال عمليتي التشريع و الاستعانة بمختلف وسائل الإعلام و الاتصال إلى جانب تناولها لبعض نظريات التأثير في وسائل الإعلام.

و تجاوزا لهذا النقص حاولنا من خلال أهداف دراستنا التركيز أكثر على دور العلاقات العامة في تطوير الإعلام الأمني الرامي بدوره إلى نشر التوعية المرورية تحسين الأمن المروري بمحاولته التخفيض من حوادث المرور و الإنقاص من حدتها.

2 – النظرية الوظيفية:

يعتبر المنظور البنائي الوظيفي من أهم المنظورات و أكثرها واقعية، لاعتبارها تنظر للمؤسسة باعتبارها شبكة للعلاقات الاجتماعية، بحيث أن استمرار التنظيم ووجوده يعتمد على مدى التوافق و الانسجام في شبكة العلاقات العامة .

و يمثل المنظور البنائي الوظيفي إطارا للعمل يشمل " **البنائية و الوظيفية** " و ينظر للمجتمع على أنه بناء معقد،كما لو كان تنظيما معقدا ، ففي حين تنظر الرمزية للجزء حتى تفهم الكل، فان "البنائية الوظيفية" تنظر للكل حتى تفهم الجزء، و من منظور البنائية الوظيفية فان التنظيمات المعقدة ما هي إلا أنساق، و البناء التنظيمي ما هو إلا نتاج للوظيفة التي يحددها البناء،و نظرا لأهمية ذلك المنظور فانه يفيد في دراسة دور العلاقات العامة في البناء التنظيمي للمؤسسة وفي الاتصال الجماهيري بالخصوص .[1]

---

[1] شدوان علي شيبة: العلاقات العامة بين النظرية و التطبيق،دار المعرفة الجامعيةّ، الإسكندرية، الأزاريطة،دط، 2007 ، ص ص 98 ، 101 .

يتضح مما سبق أن مكانة إدارة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للمؤسسة تظهر عندما تستطيع أن تؤدي دورها بقوة و بفعالية،لذلك لابد من تكوين نسق من المعلومات حول العلاقات العامة و كل ما يتعلق بها من مشكلات وحلول، أيضا ضرورة تحديد الكيفية التي تتفاعل بها مع سائر العناصر التنظيمية الأخرى.

أولا: تعريف النظرية الوظيفية : يشير كل من روثنتال rosental ويادين yadin إلى أن النظرية " تعتبر بمثابة نسق من المعرفة التعميمية، وتفسير للجوانب المختلفة للواقع ".[1]

أما النظرية الوظيفية فهي من النظريات المهمة في علم الاجتماع، تستمد أصولها وأفكارها من أراء مجموعة كبيرة من علماء الاجتماع التقليديين والمعاصرين، الذين ظهروا على وجه الخصوص في المجتمعات الغربية الرأسمالية[2].

تركز هذه النظرية بصورة عامة على أهمية تحليل البناءات والنظم الاجتماعية ومعرفة دورها الوظيفي، وهذا ما تمثل في أفكار رواد علم الاجتماع الغربيين **و** المعاصرين[3].

على العموم نجد أن النظرية الوظيفية قد اهتمت بالوظيفة أكثر من اهتماما بالبنى الظاهرة او غير الظاهرة ، وهذا جعلها واقعية الى حد كبير وبعبارة أخرى فإن " الاتجاهات الوظيفية تستخدم لتفسير الدور والوظيفة الاجتماعية اللذين تقوم بهما ظاهرة معينة او نظام معين في البناء أو النسق، أو التنظيم الاجتماعي باعتباره جزء منه، فكل نظام في النسق الاجتماعي يرتبط مع بقية النظم الأخرى " [4] .

ثانيا:تطور النظرية الوظيفية : مر الاتجاه الوظيفي في علم الاجتماع بعدة مراحل ويمكن تصنيفها كالآتي:

***الوظيفية التقليدية** : ظهرت الوظيفية كمنهجية، ونظرية متميزة في علم الاجتماع خاصة مع الرواد الأوائل المؤسسين أمثال **أوجست كونت، هربرت سبنسر، إيميل دور كايم** فأوجست كونت يعد الأب الروحي

---

[1] عبد الله محمد عبد الرحمان:النظرية في علم الاجتماع (النظرية الكلاسيكية)، دار المعرفة الجامعية،2006 ، ص 60 .

[2] معن خليل عمر: معجم علم الاجتماع المعاصر، ط1 ، دار الشروق،عمان، 2006 ، ص 256 .

[3] عبد الله محمد عبد الرحمان:سويولوجيا الاتصال و الإعلام (النشأة التطورية و الاتجاهات الحديثة و الدراسات الميدانية) ، دار المعرفة الجامعية، 2005 ، ص 146 .

[4] ياسين خضر البياتي:النظرية الاجتماعية (جذورها و روادها)، ط1 ، الجامعة المفتوحة، طرابلس، 2002 ص ص 108 – 109 .

لعلم الاجتماع ، وفي حديثه عن الاستقرار (الأستاتيك static)، والحركة (الديناميك dynamic) الاجتماعية كان كونت يحاول أن يبحث عن العوامل التي يحفظ للمجتمع استقراره واستمراره[1]

إلى جانب هذا أكد كونت على أن التوازن يقصد به وجود حالة من الانسجام بين أجزاء البناء الاجتماعي، وحدوث أي خلل في البناء هو بالتأكيد بسبب وجود حالة مرضية المجتمع.

والجدير بالذكر أن الرواد الأوائل للنظرية الوظيفية كانوا متأثرين باوجه الشبه الذي لاحظوه بين الكائنات البيولوجية الحية وبين الحياة الاجتماعية، وعلى هذا الأساس اتجه **هربت سبنسر** إلى إعلان مبدئية المعروف بمبدأ المماثلة العضوية **organic analogy** بين الكائنين الحي و العضوي [2]

فالمجتمع يماثل الكائن العضوي الحي، الذي يتكون من عدة أعضاء وأجهزة تؤدي جميعها وظائف أساسية من أجل بقاء الكائن حي، وأي خلل يصيب العضو أو الجهاز حتما ستتأثر به باقي الأعضاء والأجهزة ، ومن ثمة فالمجتمع كذلك متكون من أعضاء وأنساق فرعية متفاعلة ومتداخلة ومعتمدة على بعضها البعض في توازن وانسجام وأداء وظيفي متبادل " [3] .

أما **إيميل دوركايم** فقد كان له تأثير كبير في تطور الوظيفية السوسيولوجية، إذ كان يرى أن وجود النظم الاجتماعية كان القصد منه إشباع حاجات معينة فكل الأنساق الأخلاقية تشكل وظيفة التنظيم الاجتماعي وبغض النظر عن الحالات الشاذة وغير السوية يطور كل مجتمع الأخلاقيات اللازمة لأداء وظائفه على نحو كفء وملائم، وفي كتابه **قواعد النهج في علم الاجتماع** يقرر دوركايم صراحة أن وظيفة الواقعة الاجتماعية لها وظيفة اجتماعية، لأنها تؤدي بالضرورة الى نتائج مفيدة اجتماعيا [4].

***الوظيفية المطلقة عند مالينوفسكي** (**1884–1943**) : يعتبر **برونزيلاو مالينوفسكي malinawski** أب الوظيفة " إذ ارتبط اسمه ارتباطا وثيقا بهذه النظرية حيث يمكن القول أنه أول من طالب بضرورة وجود مدرسة وظيفية مستقلة تقف في مواجهة النزعة التطويرية القديمة " [5]،لكن هذا لا يمنع من إشادته بالإسهامات التي قدمها مفكروا القرن التاسع عشر مثل **سبنسر spincer**، **تايلور Taylor**[6] .

---

[1] سلوى عبد الحميد الخطيب: نظرة في علم الاجتماع المعاصر،ط1 ، مطبعة النيل، القاهرة، 2002 ،ص 232.

[2] نبيل رمزي: السوسيولوجية المعاصرة،دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2002 ، ص 117 .

[3] إحسان محمد الحس:مبادئ علم الاجتماع الحديث،ط1 ، دار وائل للنشر،عمان،2005 ص 109 .

[4] السيد عبد العاطي و آخرون: نظرية علم الاجتماع (الاتجاهات الحديثة والمعاصرة)،دار المعرفة الجامعية،2004 ،ص 51 .

[5] محمد علي محمد:علم الاجتماع (تاريخ علم الاجتماع، الرواد و الاتجاهات)، دار المعرفة الجامعية،ص 747 .

[6] صالح مصطفى الفوال : علم الاجتماع في عالم متغير، ط 1 ،دار الفكر العربي،القاهرة،1996 ، ص 369 .

ومن خلال نظريته الوظيفية الثقافية وضع فرضا أساسيا يتقيد به أي باحث في الميدان الثقافي " يجب أن يشير إلى بعض المبادئ العامة للسلوك الإنساني، لا أن يحدد بعض العناصر الثقافية الأخرى الموجودة في نفس المجتمع والتي توفر للعنصر الثقافي الخاص المضمون الذي يظهر خلاله "[1].

ومنه يتضح مدى اهتمام مالينوفسكي بالثقافة م، وعمله على تحليلها تحليلا تكامليا في الإطار التنظيمي للمجتمع ككل، ودائما من خلال منظور وظيفي مطلق.

* **الوظيفية النسبية عند ميرثون robert mirton** : " لقد حاول روبرت ميرثون اكساب معنى الوظيفية قدرا من الوضوح والدقة العلمية "[2]، اذ يعرفها تعريفا تعريفا موضوعيا بأنها " نتائج يمكن ملاحظتها تحقق توافق، وتكيف النسق، كما يعرف المعوق الوظيفي كنتائج تقلل إمكانية تحقيق هذا التوافق والتكيف " [3] .

يعتقد ميرثون أن التحليل الوظيفي هو مدخل سوسيولوجي واعد يعمل على تزويد الباحث بقائمة من المفاهيم أطلق عليها اسم الدليل المنهجي paradime،يقوم التحليل الوظيفي عند ميرثون على ثلاث فروض: نسبية الوظيفية،البدائل الوظيفية،وتحديد الوحدات الاجتماعية.

* **الوظيفية النسقية عند بارسونز talcot parsons (1902–1979)** : "ظهرت الإضافات التي قدمها **تالكوت بارسونز** لنمو وتطور النظرية الوظيفية في مؤلفيه: **النسق الاجتماعي، ونحو نظرية عامة للحدث** " [4] .

وتعتمد نظرية بارسونز في التنظيم الاجتماعي على رؤيته للكائن البشري باعتباره فاعلا يصنع القرار، ويخضع لضغوط معيارية، وعوامل الموقف التي من شأنها تحديد حاجات النسق ووظائفه لفهم السلوك الاجتماعي.[5]

كما أكد بارسونز على أن بقاء النسق الاجتماعي واستمراره دليل على توازنه، إذ يرى أن السمة الأساسية لأي نسق من الأنساق الاجتماعية تكمن في تعاضد مكوناته[6]

---

[1] بيرسي كوهن: النظرية الاجتماعية الحديثة،ترجمة عادل مختار الهواري،ط1 ، دار فينوس للطباعة و النشر،1977 ، ص 62 .

[2] عادل مختار الهواري،عبد الباسط عبد المعطي: في النظرية المعاصرة لعلم الاجتماع،دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية،1986 ،ص 86 .

[3] السيد عبد العاطي السيد:النظرية في علم الاجتماع،دار المعرفة الجامعية،الإسكندرية، 2005 ،ص 302 .

[4] إحسان محمد الحسن:النظريات الاجتماعية المتقدمة،ط1 ،دار وائل للنشر و التوزيع،عمان،2005 ص 52 .

[5] جراهام كلينتوش : تمهيد في لنظرية الاجتماعية (تطورها و نماذجها الكبرى)،ترجمة محمد سعيد فرح، دار المعرفة،دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1998 ، ص 231 .

[6] طلعت إبراهيم لطفي، كمال عبد الحميد زيات: النظرية المعاصرة في علم الاجتماع،دار غريب للطباعة و النشر و التوزيع، القاهرة، 1999 ،ص 73 .

كان الدافع الأساسي لبارسونز من وراء تبني التحليل النسقي الوظيفي لدراسة الواقع الاجتماعي هو اهتمامه الشديد بقضية النظام والاستقرار، والبحث عن العوامل التي تؤسس لبناء التفاعل الاجتماعي.

وعلى العموم فإن النظرية الوظيفية في كل تطوراتها التاريخية التي شهدتها " تدور حول غاية المجتمع في الحفاظ على النظام الاجتماعي وتأكيد ثباته النسبي "[1]، والذي يتحقق من خلال تساند كل وظائف مختلف الأنساق الفرعية للمجتمع.

ثالثا: النظرية الوظيفية ودراسة العلاقات العامة : " جاءت أهمية النظرية الوظيفية في دراسة العلاقات العامة قصد التعرف على الدور الوظيفي المناط بالعلاقات العامة، ولاسيما بعد تزايد الاهتمام بهذه الوظيفة من طرف معظم المؤسسات، إذ أن التعقيدات الراهنة التي تعرفها المجتمعات الحديثة جعلت من العلاقات العامة أحد أهم وظائف أي ادارة مهما كان مجالها " [2]

و منه يجد الباحثون في ميدان العلاقات العامة حاجة ماسة لدراسة العلاقات العامة، والدور الذي تؤديه في المؤسسة، والذي يمثل فائدة تساعد على تقدم المؤسسة وتطورها، وكذا معرفة دور العلاقات العامة في التنظيم وكشف العلاقات المتبادلة بين الممارسين، ووظائفهم، وأدوارهم من خلال جهاز العلاقات العامة، ويمكن تحديد مكانة جهاز العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للمؤسسة مقارنة بالدور الذي تؤديه بفعالية.

وفي الأخير نستخلص أن الرجوع إلى الدراسات السابقة هو مرحلة مهمة من مراحل البحث العلمي، وهذا نظرا لما لها من فائدة في تذليل صعوبات البحوث العلمية ،كما أن تبني المنظور الوظيفي في الدراسات العلمية الأصلية يعد لبنة من لبنات بناء التراث المعرفي والعلمي في مختلف العلوم التي تشمل تلك الدراسات كما هو الحال في دراستنا هذه.

إذ في ضوء هذه النظرية استطعنا تحليل مختلف وظائف العلاقات العامة، وستكون هذه النظرية محطة مهمة لنا في البحث سواء في شقه النظري أو الميداني، في وضع افتراصاته وعند نتائج هذه الدراسة والتي ستحلل في ضوء المنظور الوظيفي دائما.

3 – نظريات الإقناع :

[1] الدسوقي عبده إبراهيم:وسائل و أساليب الاتصال الجماهيرية و الاتجاهات الاجتماعية ، دار الوفاء لدنيا الطباعة و النشر، الإسكندرية، ص 65 .

[2] أ.لارامي، ب.فالي:البحث في الاتصال(عناصر منهجية)،ترجمة ميلود سفاري وآخرون، مخبر علم اجتماع الاتصال،قسنطينة، ص 70.

لقد ظهرت نظريات متعددة، تتميز بأنها غير متكاملة وغير حاسمة لدراسة تأثيرات وسائل الإعلام على السلوك ومن أبرز هذه النظريات:[1].

أولا: نظريات التأثير المباشر : (الطلقة السحرية).

ثانيا:نظريات التأثير الانتقائي : أ- نظرية الفروق الفردية.

ب- نظرية الفروق الاجتماعية.

ج- نظرية العلاقات الاجتماعية.

ثالثا:نظريات التأثير غير مباشر : أ- نظرية النموذج.

ب- نظرية التوقعات الاجتماعية .

ج- نظرية وسائل الإعلام والبناء المعرفي.

وإلى جانب هذه النظريات برزت ثلاث استراتيجيات نظرية للإقناع، وتدرس هذه النظريات الإقناع كعملية وغاية مقصودة تقوم بها وسائل الإعلام بصفة مخططة لتغير السلوك العلني، وقد جاءت نتيجة الحاجة إلى دراسة الإقناع كعلم أصبح يتم بطريقة مدروسة ومخططة ابتداء من القرن العشرين، علما أن هذه الإستراتيجية ليست نظريات مفصلة في فروض مسلم بها إنما هي خطوط توجيهية تكشف عن أهم العوامل والمتغيرات الواجب الأخذ بها في تفسير الإقناع [2].

أ/ الإستراتيجية الديناميكية النفسية :

وتقوم على الافتراضات الأساسية لعلم النفس، أي على فكرة أن السلوك يتم السيطرة عليه داخليا وفقا صيغة أساسية لعملية التعليم (المؤثر- الفرد- الاستجابة)،حيث يمكن أن تتباين سلوكيات أشخاص تعرضوا لنفس المؤثر[3].

وتركز هذه النظرية على العوامل المكتسبة التي تضم، المفاهيم، الاحتياجات، الدوافع، المعتقدات أسباب القلق، المصالح، القيم، الآراء والمواقف وهي مزيج معقد من مكونات سوسيولوجية وجدانية وإدراكية قابلة للتعديل عكس الخصائص البيولوجية التي من المستحيل تعديلها[4]، وإذا كانت العواطف تمثل أساسا واضحا

---

[1] ملفين ديفلر و ساندرا بول روكيتش:نظريات وسائل الإعلام،ترجمة كمال عبد الرءوف،الدار الدولية للنشر و التوزيع،القاهرة،مصر،ط 2 ،1998 ،ص ص209 ،276 .

[2] سهام العاقل: الاتصال الاجتماعي في الجزائر، دراسة حول فعالية الإعلام في وقاية الشباب من المخدرات دراسة تحليلية ميدانية، مذكرة ماجستير غير منشورة،قم علوم الإعلام و الاتصال،جامعة الجزائر،1998 ص 211 .

[3] أديب خضور: دور الإعلام التربوي في مكافحة المخدرات –كيف يعالج الإعلام العربي المخدرات – دراسة ميدانية،المكتبة الإعلامية رقم 10 ،دمشق، سوريا،ط1 ،1995 ،ص 16.

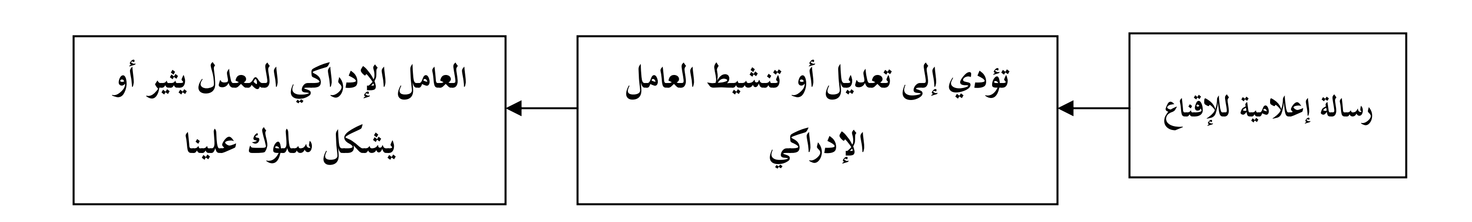
[4] ملفين ديفلر و ساندرا بول روكيتش: نظريات وسائل الاعلام،مرجع سابق،ص 379.

لاستراتيجيات الإقناع إلا أن النظرية الديناميكية النفسية تركز أكثر على العوامل الإدراكية لكونها عوامل مكتسبة ومن ثم نستطيع استخدامها في عملية التطبيع الاجتماعي، وخاصة إذا كانت الحملة الإعلامية تستهدف الترويج لتعليم جديد ثم إن هذه العوامل هي مؤثرات على السلوك الإنساني أي أنها قادرة على تعديل السلوك أو تكوين سلوك جديد.

والافتراض بأنه بالإمكان التأثير على البنية الإدراكية للإنسان، يجعل الإقناع عن طريق وسائل الإعلام ممكنة، بمعنى أن المعلومات التي يتم تخطيطها بمهارة وتقدمها وسائل الاتصال الجماهيرية يمكن استخدامها بفعالية للسيطرة على السلوك البشري، ويتفق الكثير من الباحثين الذين درسوا عملية الإقناع أنه يمكن السيطرة على السلوك البشري عن طريق التأثير على العوامل الإدراكية[1].

إن جوهر الإستراتيجية النفسية هو أن للرسالة خصائص قادرة على تغيير أو تعديل الخصائص النفسية للأفراد عن طريق تقديم معلومات جديدة يتعلمونها ثم يستجيبون تبعا لها بشكل علني،وبذلك فإن العامل النفسي هو المحدث لعملية التأثير ولهذا استخدمت عدة أساليب نفسية لتحقيق الإقناع أهمها أسلوب التخويف الذي استعمل على نطاق واسع في مجال الإعلان والحملات الإعلامية المختلفة التي تستهدف الإقناع[2] .

إن التركيب الداخلي للنفس البشرية هو نتاج التعليم المكتسب، وهذا التأكيد هو الذي يجعل من الممكن استخدام وسائل الاتصال الجماهيرية لتعديل هذا التركيب بحيث يغير السلوك و منه نستنتج أن النظرية الديناميكية النفسية تقوم على مبدأ: " تعلم،أشعر،أعمل "، وبذلك يمكن وضع مخطط لها على النحو التالي:[3]



---

[1] المرجع نفسه:ص 380 .

[2] المرجع نفسه،ص 383 .

[3] أديب خضور : دور الاعلام التربوي في مكافحة المخدرات، -كيف يعالج الاعلام العربي المخدرات – دراسة ميدانية، المكتبة الاعلامية رقم 10، دمشق، سوريا، ط1، 1995، ص 12.

شكل (1) يوضح: الاستراتيجية الديناميكية النفسية للاقناع

تعتبر أن هذه النظرية هامة في فهم عملية الإقناع، لكنها لم تصل إلى خصائص الرسالة التي تحقق غرض الإقناع رغم المجهودات المبذولة في هذا الميدان طيلة عقود من الأبحاث المكثفة [1]

[1] ملفين و ساندرا بول روكيتش: نظريات وسائل الاعلام: مرجع سابق، ص 386 .

ب/الإستراتيجية الثقافية الاجتماعية :

تفترض العلوم الاجتماعية أن قدرا كبيرا من السلوك الإنساني تشكله قوى تقع خارج الفرد، وأبرزها العوامل الاجتماعية والثقافية، ويؤكد بعض علماء الاجتماع أن العوامل الثقافية والاجتماعية تشكل خطوطا توجيهية لقدر كبير من سلوك الفرد [1]، يقول كيرت ليفين "kertlevin" " إذا أردنا أن نحقق تغييرا يجب أن نتعامل مع الفرد كعضو في جماعات " [2]

ومن خلال المنطلقات التي ترتكز عليها النظرية في تحليلها للسلوك الاجتماعي يتبين أن العملية الاجتماعية التي تحدث في أي موقف اجتماعي تحتوي على : المكافأة – الكلفة الاجتماعية – النتيجة – مستوى المكانة الاجتماعية [3]، هذه المكونات الأربعة هي التي يبنى عليها السلوك.

فالثقافة لها مقدرة على توجيه السلوك فتؤدي العادات والتقاليد والقيم إلى القيام بسلوكات تبدو غريبة وغير منطقية أو خطيرة على الصحة [4] ،و قد يحدث العكس بأن يعدل من سلوكاته فالفرد الذي نشأ في جماعة لا تحترم قواعد المرور إذا انتقل لمجتمع لآخر يحافظ أفراده عليها فإنه سوف يعدل من اتجاهاته حتى تتلاءم تصرفاته وأفعاله مع المجتمع الجديد الذي انتقل إليه، وهو ما يمكن تسميته " بسلوك المجاراة " [5]

و منه فان الفرد ملزم بالالتزام بمعايير النظام الاجتماعي، سواء كان ذلك عن اقتناع أو إكراه.

و منه نستنتج أن النظرية الثقافية الاجتماعية تقوم على مبدأ : " تعلم، امتثل أو تعاقب" بدلا من مبدأ : " تعلم،أشعر،أعمل "

إن ما يتطلبه هذا النوع من الإستراتيجية هو أن تحدد رسائل الإقناع للفرد قواعد السلوك الاجتماعي ومتطلباته والتي سوف تحكم الأنشطة التي يحاول رجل الإعلام أن يحدثها[6]،ويمكن تمثيل الإستراتيجية في المخطط الآتي :[1]

---

[1] أديب خضور:دور الإعلام التربوي في مكافحة المخدرات،مرجع ابق،ص 13 .

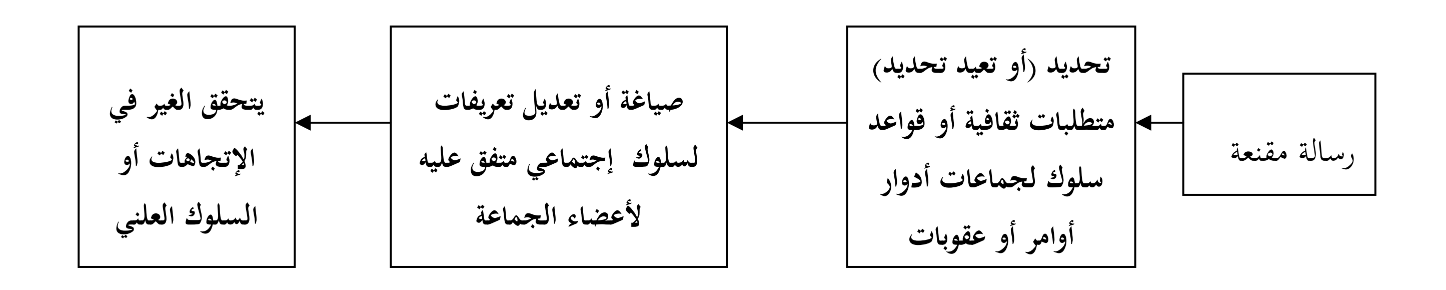
[2] محمد يد فهمي: تكنولوجيا الاتصال في الخدمة الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية،مصر، دط،1995 ،ص 275 .

[3] محمود شمال حن: سيكولوجية الفرد في المجتمع، دار الأفاق العربية،القاهرة،مصر،ط1 ، 2001 ،ص 57 .

[4] ميلفين ديفلر وساندرا بول روكيتش: مرجع ابق، ص 388.

[5] محمود شمال حسن: سيكولوجية الفرد في المجتمع، دار الافاق العربية، القاهرة، مصر، ط1 ،2001 ،ص337 .

[6] عامر مصباح: الاقناع الاجتماعي، خليفة النظرية و اليات العملية، ديوان المطبوعات الجامعية بن عكنون، د.ط، 2005 ، ص 53 .



شكل (2) يوضح: الاستراتيجية الثقافية الاجتماعية للاقناع.

ج/ إستراتيجية إنشاء المعاني : تقوم هذه الإستراتيجية على مفاهيم علماء الأنتربولوجيا القائلة بأن المعاني ترتبط مباشرة باللغة، والتي من خلالها يعبر الفرد عما بداخله من معاني ومن ثم فالإنسان يتصرف بناء على ما يحمله من معاني، وهذه البنية المعرفية الداخلية عن النظام الاجتماعي تزود الفرد بتعريفات للمواقف التي تواجهه [2].

وهذه الخلفية النظرية وظفها علماء الاتصال في تفسيرهم للطريقة التي تؤثر بها محتويات رسائل الاتصال الجماهيرية على السلوك، فوسائل الاتصال الجماهيرية تشكل صورا ذهنية لدى الجمهور المتلقي وتحدد سلوكه إزاء القضايا التي تعالجها، وتكون معتقداته إزاء العالم الخارجي وتؤثر بذلك على سلوكه، كما أنها تساعد الملتقى على ترتيب المعاني الداخلية حسب أولويتها وتجعل مواضيع معينة ذات أهمية وأخرى أقل أهمية وتحدد التفكير في مواضيع معينة دون غيرها، كما تقوم بإنشاء المعاني وتوسيعها واستبدال المعاني بمعاني أخرى وبإثبات المعاني للكلمات في اللغة، بحيث أن كل تعديل للمعاني يؤثر على الاستجابة للأسماء التي تأخذها الأشياء والمسائل.

وما تزال الحملات الإعلامية والإعلانية ومحاولات الإقناع الأخرى توظف المعنى للحصول على الأثر المطلوب، بحيث ظهرت مصطلحات جديدة ذات معاني إيجابية أشبه بالشعارات لأجل إقناع الجمهور.[3]

---

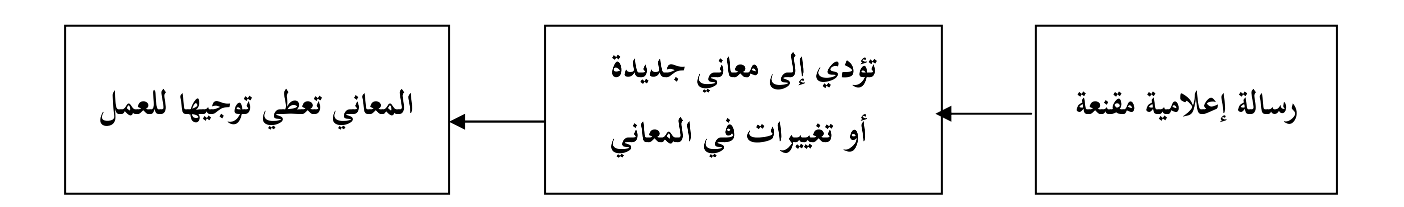
[1] أديب خضور: دور الاعلام التربوي في مكافحة المخدرات –كيف يعالج الاعلام العربي المخدرات – دراسة ميدانية، المكتبة الاعلامية رقم 10 ، دمشق سوريا،ط1، 1995، ص 13 .

[2] عامر مصباح: المرجع نفسه، ص 54 .

[3] ملفين ديفلر و ساندرا بول روكيتش: مرجع سايق، ص ص 398، 399 .

و منه نستنتج أن إستراتيجية إنشاء المعاني تقوم على مبدأ " تعلم واعمل "

ويمكن توضيحه أكثر من خلال الشكل الآتي :[1]



شكل (3) يوضح : إستراتيجية إنشاء المعاني للإقناع

وإذا ما طبقا هذه الإستراتيجية في مجال التوعية المرورية فعلى وسائل الاتصال أن تقوم بتغيير المعنى الإيجابي الذي يضيفه السائقون على بعض السلوكيات كالسرعة، التجاوزات والاستخفاف بقانون المرور... وعليها بتكوين معنى سلبي عن هذه السلوكات وربطها بمعاني التهور، وعدم التحضر، حيث أنه لتكوين هذا المعنى السلبي لا بد من التعرف أولا على معاني مناقضة تعمل على تكوين اتجاه معاكس فتغير المعنى يفضي إلى السلوك حسب إستراتيجية إنشاء المعاني.

د/ نظرية التاءات الثلاث :

ترى هذه النظرية أن الإعلام غير قادر وحده على تغير العادات السيئة ومعالجة الأمراض الاجتماعية المتأصلة في المجتمع دون فرض السلطات العمومية [2]، وهي بذلك تقسم عملية الإقناع وتغير السلوك السلبي إلى ثلاث مراحل :

***مرحلة التوعية** : بحيث تتضمن التوعية آليات الإقناع واستراتيجياته ويرى ميشال لوني " Michel le net " أن هذه المرحلة تؤثر بنسبة 30% من سلوك المتلقين ويأتي الباقي في المراحل الموالية [3] .

***مرحلة التشريع** : وهي مرحلة مدعمة بمرحلة التوعية، بحيث أن إصدار قانون يحدد طبيعة المخالفة ويرتب عليها عقوبات، إذ يجد الفرد نفسه عاجزا أمام رغباته ودوافعه، ولذا لابد من حمايته من نفسه عن طريق

---

[1] أديب خضور: دور الاعلام التربوي في مكافحة المخدرات،مرجع سابق، ص 07.

[2] عامر مصباح: المرجع السابق، ص 62 .

[3] المرجع نفسه: ص 60 .

سن القوانين ، ففي كثير من الأحيان تجد الأفراد على وعي تام بالأضرار والمخاطر المحدقة بهم نتيجة بعض السلوكات ولكنهم لا يجدون القوة الكافية لديهم لمنع أنفسهم، فالرغبات تدفع صاحبها لإشباعها دون النظر إلى طرق الإشباع [1].

*مرحلة التتبع : إن المرحلة السابقة ترتفع فيها نسبة الإقناع إلى 60% وهو ما يدفع إلى إيجاد مرحلة ثالثة وهي مرحلة التتبع والمراقبة، لأن الإنسان بحاجة إلى التذكير والتأكيد باستمرار حتى في الأمور البسيطة اليومية .

ففي هذه المرحلة يستوجب التأكيد على ضرورة احترام القانون والتنبيه على المخالفين ومتابعة غير المكترثين بالقانون، وهي مرحلة تعطي المصداقية لجدية العملية، وتزيد من أهمية الرسالة الإقناعية لدى المتلقين وتزيد من حيوية وفعالية الرسالة في الإقناع والتأثير، وبذلك تصبح العملية الإقناعية في شكلها النهائي [2] .

ففي الو.م.أ قامت شرطة (ميري لاند) بتضييق الخناق من أجل خفض السرعة القصوى في الطرقات السريعة إلى 55 ميلا، من أجل ذلك استخدمت جميع الوسائل الممكنة بما في ذلك أجهزة الرادار مع استخدام مركز لوسائل الإعلام للأخبار عن القوانين التي سنت وعن المخالفين الذين ضبطوا وما هي الإجراءات التي اتخذت ضدهم... وقد أدت الحملة إلى نتائج باهرة يعتقد أنها بسبب الصرامة في تطبيق بالموازنة مع المتابعة الإعلامية [3] .

وعلى هذا الأساس فإن الاتصال الإقناعي يستلزم إضافة عنصرين جديدين إلى نموذج الاتصال الجماهيري وهما عنصر التأثير النّاعي، وعنصر الرقابة الذي يؤكد على الجوانب الخاصة بفعالية الرسالة [4]

لكن وبالرغم من أن هذه النظرية حاولت أن تخرج عن النظريات السابقة بإدخالها عنصر التشريع إلا أن هذا النهج لا يخلو من النقائص.

إن المرحلة الوسطى لعملية الإقناع (التشريع) هي مرحلة لا تنسحب على جميع فئات المجتمع، بحيث أن فئة الأطفال غير معنية بالقاعدة.

---

[1] سعد جلال: علم النفس الاجتماعي، منشورات جامعة قاريوس، بن غازي، ليبيا، ط 3، 1989 ، ص 309 .

[2] عامر مصباح: المرجع نفسه، ص ص 61 ، 62 .

[3] خالد السيف و اخرون: تقييم برامج التوعية المرورية، مدينة الملك عبد العزيز للعلوم التقنية، الرياض، السعودية، ط3 ، 1993 ، ص 33 .

[4] سمير محمد حسين: الاعلام و الاتصال بالجماهير و الرأي العام، عالم الكتب، القاهرة، ط3 ، 1996 ، ص 166 .

كما أن هذه النظرية لا تراعي الطبيعة النفسية للإنسان الرافضة لكل شيء يحد من حريتها، بحيث أن الرسائل الإقناعية تواجه مقاومة نفسية تحول دون نفاذها إلى عقل الجمهور المستهدف، وهذا ما يجعل الفرد في حالة تملص منها كلما سمحت الفرصة، أي كلما غابت القوة الحامية للقاعة القانونية [1].

ثم إن هذه النظرية لم تبتكر شيئا، فهي مراحل عادة ما تتبع عندما تريد السلطة السياسية تطبيق قانون معين، وبذلك فالعبرة ليست في التنظير إنما في الجدية في التطبيق.

الاطار المنهجي للدراسة:

[1] عامر مصباح: مرجع سابق، ص ص 63، 64 .

1 – منهج الدراسة:

يعبر المنهج عن تلك الطرق التي يستعين بها الباحثون في حل مشكلات بحوثهم، و لاشك أن مثل هذه البحوث والمناهج تختلف باختلاف البحوث و تتباين تبعا للأهداف العامة النوعية والكمية التي يهدف الباحث لتحقيقها.[1]

بعد فحص و تحليل موضوع الدراسة الذي يحمل عنوان:* **الإعلام الأمني في الجزائر ودور العلاقات العامة في تطويره** *، استخلصنا أن أنسب منهج يمكن الاعتماد عليه في اطار هذه الدراسة الوصفية هو **منهج المسح بالعينة**.

يعتبر منهج المسح بالعينة من أنسب المناهج العلمية ملائمة للدراسة الوصفية، و تلك التي تستهدف وصف بناء و تركيب جمهور وسائل الاعلام و أنماط سلوكه [2]

و منه تم اعتماد منهج المسح بالعينة لدراسة السلوك المروري لعينة من السائقين و معرفة رأيهم في دور العلاقات العامة بالشرطة و في الاعلام الأمني الصادر عنها و مدى تأثرهم برسائل.

و لا يقتصر منهج المسح على استخدام أسلوب واحد في عملية جمع البيانات، بل يلجأ الى مختلف الأساليب كالاستبيان و الملاحظة و المقابلة و غيرها[3]

2 – أدوات جمع البيانات:

إن نجاح أي بحث علمي يرتبط بمدى فعالية الأدوات التي استخدمت في جمع البيانات اللازمة و المتعلقة بموضوع البحث.[4]،و قد اعتمدنا في دراستنا على أداة الاستمارة الاستبيانية و الملاحظة و المقابلة.

* **الاستمارة**: تعد الاستمارة أداة أساسية من أدوات جمع البيانات التي يتطلبها

البحث الميداني في العلوم الاجتماعية والإعلامية و هي تستخدم في البحوث الكشفية لجمع أكبر قدر من المعلومات عن الظاهرة موضوع الدراسة ، و تستخدم بكفاءة أكثر في البحوث الوصفية لتقرير ما توجد عليه الظاهرة في الواقع. [1]

---

1 بنوار صالح: الفعالية التنظيمية داخل المؤسسة الصناعية، من وجهة نظر المديرين و المشرفين، رسالة دكتورا، جامعة مبتوري، قسنطينة، 2005، ص 305..

2 محمد عبد الحميد: دراسات الجمهور في بحوث الاعلام، عالم الكتب، القاهرة، مصر، ط1 ، ص 122 .

3 سمير محمد حسين: بحوث الاعلام، مرجع سابق، ص 147 .

4 – أحمد بدر: منهاج البحث في علم المعلومات و المكتبات، دار المريخ، الرياض، السعودية، دط،1999 ، ص 48 .

فهي عبارة عن مجموعة من الأسئلة المكتوبة التي تعد قصد الحصول على معلومات أو معتقدات أو تصورات أو أراء الأفراد ومن أهم ما تتميز به الاستمارة هو توفير الكثير من الوقت و الجهد على الباحث.[2]

اذ يرى علماء المنهجية أن الإجابة الواضحة القابلة للتحليل أو التعامل العلمي فيما بعد، إنما ترتبط بالدرجة الأولى بمدى ضبط الأسئلة المتضمنة في الاستمارة سواء من حيث الشكل أو المحتوى.[3]

اعتمدت دراستنا على استمارة استبيا نية خاصة بالسائقين متبعين في اطار اعداد الاستمارة جملة من الخطوات المنهجية التالية:

1- التفكير في أسئلة الاستمارة و مضمونها ، مع مراعاة صياغة الأسئلة وفق المحاور الأساسية للبحث

2- صياغة أسئلة الاستمارة و اعدادها في صورتها المبدئية.

3- عرض الاستمارة على الأستاذة المشرفة ، حيث تم مناقشة ترتيب الأسئلة و مدى توافقها مع محاور البحث الأساسية و مدى ملائمة صياغةالأسئلة للأسلوب الذي يفهمه المبحوثون.

4- اعادة تعديل الاستمارة بناءا على ملاحظات الأستاذة المشرفة من حيث ترتيب الأسئلة و ضبط الصياغة.

5- عرض الاستمارة على أساتذة محكمين [4] لتقييمها على أساس خبرتهم، من خلال توجيهاتهم و ملاحظاتهم.

حاولنا قدر الإمكان مراعاة الترتيب المنطقي و احداث التوازن مع محاور البحث الأساسية في طرح الأسئلة من خلال اعتمادّ أربع محاور جاءت على النحو التالي:

*المحور الأول: قصد جمع بيانات عامة حول العينة.

*المحور الثاني:يهدف لمعرفة طبيعة العلاقات العامة بين الشرطة و الجمهور

---

[1] - عبد الله محمد عبد الرحمان، محمد علي بدوي، مناهج و طرق البحث الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية،القاهرة، مصر، دط، 2002 ، ص.371.

[2] - منير محمد حين:بحوث الإعلام، - دراسات في مناهج البحث العلمي – عالم الكتب، القاهرة، مصر، ط2 ، 1995 ، ص 208 .

[3] - صلاح مصطفى الفوال:مناهج البحث في العلوم الاجتماعية، مكتب غريب،القاهرة، مصر، دط، 1983 ، ص 306 .

[4] - الأساتذة المحكمين: د/ مفيدة بلهامل: جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة.

د/ راجية بن علي: جامعة الحاج لخضر باتنة.

د/ مقلاتي صحراوي: جامعة الحاج لخضر باتنة

*المحور الثالث: يهدف لقياس مدى معرفة الجمهور للنشاط المزدوج الذي تؤديه الشرطة و المتمثل في النشاط الاعلامي اضافة الى نشاطها الأمني المعروف عند العام و الخاص و الوقوف على دور العلاقات العامة بالشرطة في توعية هؤلا أمنيا و مروريا خاصة .
*المحور الرابع: يرمي الى معرفة الدور الذي يمكن للعلاقات العامة أن تؤديه بغية التقليل من حوادث المرور، تضمنت الاستمارة 38 سؤالا تراوحت بين أسئلة الحقائق و الرأي، و الأسئلة المعرفية،و حتى أسئلة الدوافع.

* **الملاحظة:** يقصد بالملاحظة في مجال البحث العلمي المشاهدة الدقيقة لظاهرة من الظواهر،أو لمجموعة منها، بالاستعانة بالأدوات و الأجهزة و الأساليب التي تتفق مع طبيعة هذه الظواهر ، فهي ملاحظة منهجية يقوم بها الباحث بدقة مستهدفا الكشف عن تفاصيل الظاهرة و العلاقات الخفية أو الظاهرة التي يحتمل أن توجد بين عناصرها، أو بينها و بين الظواهر الأخرى .[1]

و نعمد لاستخدام الملاحظة كأداة في جمع البيانات خلال عملية توزيع الاستمارة على المبحوثين لمعرفة مدى صدق المبحوثين في أجوبتهم، و مدى تفاعلهم مع الموضوع و ردود أفعالهم و انطباعاتهم الأولية من الأسئلة المطروحة ، كما حاولنا توظيف الملاحظة خلال رحلاتنا بوسائل النقل الجماعي خلال السنة الماضية و الحالية انطلاقا من مدينة سطيف الى مدينة باتنة و كذا ارتيادنا على العديد من ولايات الوطن أثناء مرحلة جمع البيانات لانجاز دراستنا، اذ كنا نركز على سلوك السائقين والركاب و نلقي بالا للنقاشات التي تدور أحيانا بينهم لمعرفة نظرتهم الحقيقية لموضوع المرور وجس نبض وعيهم المروري.
* **المقابلة:**

إن المقابلة كأداة بحث هي الالتقاء بعدد من الناس، أو بشخص واحد،و سؤالهم شفويا عن بعض الأمور بهدف جمع إجابات تتضمن معلومات و بيانات يفيد تحليلها في تفسير المشكلة أو اختبار الفرض.[2]

1 – مقابلة مع السيد " عبد الوهاب غوالي " :مسئول العلاقات العامة بالشّرطة و عميد الشرطة بولاية سطيف، كانت المقابلة الأولى يوم 15 أفريل 2008 على الساعة الثانية زوالا بمركز التكوين لأمن ولاية سطيف، و سمحت لنا الفرصة لنكرر معه مقابلة ثانية بنفس المركز يوم 08 أفريل 2010 على الساعة التاسعة صباحا حيث تم طرح جملة من الأسئلة على السيد عبد الوهاب غوالي فأفادنا بالكثير حول ممارسة

---

[1] سمنير محمد حسين: بحوث الإعلام، مرجع ابق، ص ص 182 –183 .

[2] – علي عبد المعطي محمد الرياقوي: أساليب البحث العلمي، ط 1 مكتبة الفلاح،الكويت،1988 ص 403 .

النشاط الإعلامي بالمؤسسات الأمنية و كيفية استفادة ولاية سطيف بالخصوص مما تنظمه المديرية العامة للأمن الوطني من نشاطات إعلامية أمنية في بعض المناسبات خاصة منها الاحتفالات الوطنية قصد التعريف بجهود رجال الشرطة في سبيل خدمة المواطن و أمنه و ضرورة بناء جسور الثقة و التعاون مع الشرطة .

حيث وعدنا في ختام المقابلة بالتفرغ للإجابة على تساؤلاتنا و انشغالاتنا كلما سمحت الظروف حتى يتسنى لنا الاطلاع عن كثب على ظروف العمل بهذا القسم والإحاطة بمختلف نشاطاته الإعلامية الأمنية، كما أعاننا على إرسال طلب إلى مصلحة الشرطة بالجزائر العاصمة قصد الحصول على موافقة تزويدنا بمعلومات تخدم دراستنا، حيث يفرض التنظيم الداخلي بالمؤسسات الأمنية نوعا من الإجراءات الأمنية تقيد حرية تزويد الأفراد بمعلومات عن هيئة الشرطة إلا بعد الحصول على موافقة من الجهات العليا باعتبار أن الشرطة هيئة من المؤسسات التنفيذية للدولة يمتاز عملها بالسرية .

أجريت المقابلة أيضا مع شخصيات أخرى و هي:

2 – مقابلة مع السيدة ليلى: عضو بمركز النشاط الثقافي ومركز التكوين بالأمن الوطني لمدينة سطيف حيث أفادتنا بمعلومات عديدة، من بين الأمور الكثيرة التي حدثتنا عنها، تلك النشاطات الإعلامية التي يمارسها جهاز الشرطة بأمن ولاية سطيف كالخرجات و الالتقاء المباشر مع المواطن كما هو الحال في المعارض و الأبواب المفتوحة على الشرطة و غيرها من عديد الوسائل التي أفادتنا بها السيدة.

3 – مقابلة مع نسيمه: محافظة شرطة بمركز الأمن الوطني لدائرة عين أرنات بولاية سطيف،أجريت المقابلة بتاريخ 13 أفريل 2006 بالمركز على الساعة 11 .

4 – مقابلة مع الشرطية سعيدة: شرطية مرور حديثة بسلك الأمن متحصله على ليسانس في علم الاجتماع سنة 2008، أجريت المقابلة يوم 26 أفريل 2010، بدار الثقافة " هواري بومدين " بمدينة سطيف، على الساعة التاسعة صباحا، أردنا الاستفادة من ملاحظاتها الميدانية أثناء عملها اليومي في تنظيم حركة المرور بمدينة سطيف، حيث قدمت لنا شهادة حية رغم حداثة تجربتها المهنية بتصريح نقلته لنا تعرب فيه عن استيائها من السلوك المروري للسائقين و عنادهم في عدم تقبل تعليمات شرطة المرور كما أظهرت تأسفا كبيرا على نقص الوعي و اللامبالاة من قبل السائقين في العموم، من خلال إفادتها استنتجنا واقع الأمن المروري من خلال نظرة ميدانية حيث أكد لنا هذا الأمر أكثر فأكثر مدى أهمية دراستنا و مدى أحقية موضوعنا بالدراسة و الانتباه.

5- مقابلة مع مراد عجيمي: المسؤول عن خلية الاعلام بالمركز الوطني للوقاية و الأمن عبر الطرق أجريت المقابلة يوم 11 فيفري 2007، على الساعة العاشرة، باعتبار أنه كان لنا اهتمام مسبق كما سبق و ذكرنا بموضوع الأمن المروري و دور الاعلام الأمني في تحسين هذا الأمن و التخفيض من حوادث المرور.

6- مقابلة مع محمد العزوني: رئيس جمعية طريق السلامة، أجرينا مقابلتنا معه بمركز الوقاية و الأمن عبر الطرق، يوم 12 فيفري 2007 ، أثناء مرحلة جمع البيانات المتعلقة بالمذكرة المكملة لنيل درجة الليسانس في الصحافة المكتوبة و التي حملت العنوان التالي:" الاعلام الأمني و دوره في تحسين الأمن المروري ".

7- مقابلة مع توفيق خلادي: مدير الاذاعة الوطنية، أجريت المقابلة بدار الثقافة " هواري بومدين " بسطيف، في اليوم الافتتاحي لفعاليات الأسبوع الاعلامي للوقاية من حوادث المرور - المنظم تحت اشراف مدير الاذاعة الوطنية - مباشرة بعد فراغه من القاء الكلمة الافتتاحية لانطلاق فعاليات هذا الأسبوع الاعلامي بولاية سطيف، حيث لم تزد المقابلة عن ربع ساعة.

3 - عينة الدراسة:

تمثل العينة عددا محدودا من المفردات يكون ممثلا في خصائصه وسماته لمجموع أفراد الجمهور أو الوثائق المطبوعة أو المسجلة من المجتمع الكلي بما يتفق مع أهداف الدراسة في حدود الوقت و الإمكانات المتاحة،لذلك فان العينة تعتبر جزءا معينا أو نسبة معينة من أفراد المجتمع الأصلي، ثم تعمم نتائج الدراسة على المجتمع.[1]

ونظرا لشمولية موضوع هذا البحث المسمى ب: ***الإعلام الأمني في الجزائر و دور العلاقات العامة في تطويره** * (**الأمن المروري نموذجا**) و لاستحالة إجراء الدراسة الميدانية على كل أفراد المجتمع نظرا لكبر حجم مجتمع البحث ولتعقد الحركة المرورية واتساع عدد السيارات اللامحدود سيكون من الضروري تحديد عينة مناسبة تخدم هذه الدراسة و قد وقع الاختيار على فئة قائدي السيارات بولاية سطيف باعتبارهم أول المستهدفين لتلقي الرسائل الإعلامية المرورية.

و قد اعتمدنا في ذلك على عينة حصصية قمنا على أساس هذا الاختيار بتحديد عدد مفردات العينة قدرت ب: 200 مفردة من مجتمع البحث موزعة بالتساوي بين السائقين المقيمين داخل المدينة و السائقين المقيمين خارجها.

---

[1] رشيد زرواتي: تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط 1 ،الجزائر، جامعة بوضياف بالمسيلة، 2002 ، ص ص 191 ، 198

4- مجال الدراسة:

يعتبر مجال الدراسة بمثابة خطوة أساسية في البناء المنهجي لأي بحث علمي ، و منه يتعين علينا تحديد مجال دراستنا البشري، الجغرافي، و كذا الزمني.

أ/ **المجال البشري (مجتمع البحث)**: من أجل علمية أكثر للدراسة و لنتائج واقعية و موضوعية لابد من تحديد المجتمع الأصلي للدراسة تحديدا دقيقا وواضحا، حيث أنه يسمح بتحديد نوع العينة المختارة لجمع المعطيات من أفرادها عن طريق استخدام الأدوات البحثية المناسبة، و فيما يتعلق بالمجال البشري لموضوع دراستنا المسمى: " الاعلام الأمني بالجزائر و دور العلاقات العامة في تطويره " (الأمن المروري نموذجا) فقد حبذنا أن نحصر المجال البشري في فئة رجال الشرطة و فئة قائدي السيارات و هذا اعتقادا منا أنهم يمثلون مجتمع الدراسة باعتبار أن العلاقات العامة بالشرطة تتكون من الجمهورين الداخلي: المتمثل في رجال الشرطة ، و الجمهور الخارجي: المتمثل في مستعملي الطريق، غير أنه ثمة عراقيل و ظروف أمنية على مستوى أقسام الأمن حالت دون الاستفادة من الجمهور الداخلي بها، مما أرغمنا على حصر مجتمع البحث أكثر و الاكتفاء بفئة الجمهور الخارجي للشرطة و المتمثل في قائدي السيارات المقيمين داخل المدينة، و كذا المقيمين خارجها من أجل الحصول على نتائج أقرب للواقع نظرا لاعتقاد مسبق لدينا حول تباين الثقافة الأمنية خاصة منها المرورية بين أولئك الذين يقيمون بالمدينة و غيرهم من السائقين المقيمين خارجها و ذلك فيما يخص تعاملهم مع الطريق اضافة الى اختلاف ظروف ارتيادهم للطرق.

ب/ **المجال الجغرافي**: نظرا لطبيعة مجتمع البحث، فقد تعين علينا أن نقصد أماكنا يتوقع أن تتوفر فيها وحدات المجتمع البشري المقصود من خلال الدراسة، و نظرا لطبيعة عينة الدراسة الحصصية فقد توزع المجال الجغرافي بين مينة سطيف و خارجها كما يلي:

- داخل مدينة سطيف: بمحطة المسافرين ، بعض مواقف السيارات، و بعض المؤسسات و الادارات.
- خارج مدينة سطيف: العلمة، عين ولمان، قجال، عين ازال.

ج/ **المجال الزماني**: تمثل فترة (**أكتوبر/نوفمبر 2009**) فترة الاعداد لمشروع البحث الأولي، و بعد الموافقة عليه بدأنا في انجاز الجزء النظري للدراسة لفترة دامت حوالي ثلاث أشهر تلتها فترة اعداد الاستمارة بدءا من شهر مارس **2010**، تخللتها فترة تمت فيها تعديلات للاستمارة عبر مرحلتين بناءا على توجيهات الأستاذة المشرفة، و كمرحلة ثالثة تم تعديل الاستمارة فقا لتوجيهات الأساتذة المحكمين ليتم تعديل الاستمارة في شكلها النهائي في الأيام الأولى لشهر ماي، أما عن طبع الاستمارة و توزيعها فقد تم في بداية

شهر ماي لفترة دامت حوالي 15 يوما، تم الشروع بعدها مباشرة بتفريغ البيانات و معالجتها كميا و كيفيا حيث تم الفراغ من عمليتي التفريغ و التحليل و صياغة النتائج النهائية في الأيام الأخير لشهر **جوان 2010**.

أولا الاعلام الأمني

1- مفهوم الإعلام الأمني:

في ظل التطور في المجالين العام و الأمني، لم يعد الاعلام قادرا على مواكبة التطور العميق و الجذري في مفهوم الأمن، و في درجة غنى و تعقد و تطور الحياة الأمنية وبالتالي كان لابد من أن ينشأ فرع أو مجال اعلامي جديد يستجيب لهذه التطورات و يواكبها و يشبع حاجاتها و هكذا ظهر ما يسمى " الاعلام الأمني " .

تعددت الرؤى حول وضع مفهوم محدد للاعلام الامني بين جمهور الباحثين، ونعرض فيما يلي جملة من التعاريف الاصطلاحية للاعلام الأمني على أن نخلص بعدها لوضع تعريف اجرائي يتفق مع موضوع دراستنا .

يعتبر **محمد منير حجاب** أن الإعلام الأمني هو: " الطابع الخاص للتحرير الأمني من الأنواع الصحفية، كالتقرير الأمني أو تحرير الخبر الأمني أو التقرير الأمني تماما كما نقرأ عن تحرير الخبر، أو التقرير السياسي أو الاقتصادي و الثقافي.

وموضوع الإعلام الأمني هو المادة الإعلامية التي تعالج الأحداث و الظواهر و التطورات الأمنية بجوانبها المختلفة و في مجالاتها كافة ".[1]

ويرى الدكتور **علي عجوة**: أن الإعلام الأمني هو: " المعلومات الكاملة و الجديدة و المهمة التي تغطي كافة الأحداث والحقائق و الحقائق و الأوضاع و القوانين المتعلقة بأمن المجتمع و استقراره،و التي يعد إخفاؤها أو التقليل من أهميتها نوعا من التعتيم الإعلامي ، كما أن المبالغة في تقديمها أو إضفاء أهمية أكبر عليها، يعد نوعا من التأثير المقصود، و الموجه لخدمة أهداف معينة قد تكون في بعض الأحوال نبيلة ومنطلقة من المصلحة العامة.

و يرى اللواء **رءوف المناوي** – أول المؤسسين لمركز متخصص للإعلام الأمني – أنه يعني: " مختلف الرسائل الإعلامية المدروسة التي تصدر من الأجهزة المدروسة التي تصدر من الأجهزة المعنية بوزارة الداخلية ، بهدف توجيه الرأي العام نحو تحقيق جوانب الخطة الأمنية الشاملة، باستخدام جميع وسائل الإعلام المتاحة لإحداث التأثيرالمنشود في الجماهير فهو تلك المساحة الإعلامية المخصصة للعمل الشرطي بوسائل الإعلام المختلفة،و ذلك الإعلام الشامل عن الشرطة كجهاز رسمي متكامل".

كما عرف اللواء **إبراهيم ناجي** الإعلام الأمني على أنه: " مختلف الرسائل الإعلامية المدروسة التي تصدر بهدف توجيه الرأي العام لتحقيق الخطة الشاملة و التصدي للأسباب الدافعة لارتكاب الجريمة و التوعية بأخطار ومخاطر الجرائم ، و إرشاد المواطنين بأسلوب يضمن عدم وقوعهم فريسة للجريمة و كذا تبصير الجمهور بأساليب الوقاية من الجريمة من خلال تدابير مختلفة، وتنمية حسهم الأمني".[2]

---

[1] محمد منير حجاب : المعجم الإعلامي ، ط1 ، (د.م.ن)، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004 ، ص61 ، 62 .

[2] حمدي محمد شعبان: الإعلام الأمني وإدارة الأزمات والكوارث،دط، مصر، الشركة العربية المتحدة للتسويق و التوريدات، 2005 ، ص 44.

وهنالك من يعرف الاعلام الأمني بأنه: " بث الشعور الصادق ،وحق التوجه إلى وسائله وطرقه حتى يحس الإنسان بحق أنه امن على حياته و دينه وعرضه و ماله، و على سائر حقوقه الأساسية،دون تهيب أو سطوة أو جور".

و يعرفه البعض بأنه: "النشر الصادق للحقائق و الثوابت الأمنية و الآراء و الاتجاهات المتصلة بها و الرامية إلى بث مشاعر الطمأنينة و السكينة في نفوس الجمهور من خلال تبصيرهم بالتعارف، و العلوم الأمنية، و ترسيخ قناعاتهم بأبعاد مسؤولياتهم الأمنية وكسب مساندتهم في مواجهة الجريمة و كشف مظاهر الانحراف ،أي أن الإعلام الأمني هو الإخبار عن الموضوعات المتصلة بالأمن".[1]

و هنالك من يعتبره : "فن استخدام الكلمة و الصورة و الإشارة ، و توظيف هذا الفن بقدر المستطاع في غرس القيم الفاضلة، و السلوكيات القوية و تأهيل الانتماء الوطني و تكوين الاتجاهات الصحيحة و تعديل الاتجاهات الخاطئة تحقيقا لأمن و استقرار المجتمع".[2]

بذلك يصبح الإعلام الأمني إعلاما موضوعيا، على أساس أنه يهتم بنشر الثقافة و المعرفة الأمنية بين أكبر عدد من الناس، بهدف الرفع من درجة الوعي الأمني، خاصة في المجتمعات التي تحتاج شعوبها إلى تحسين واقعها نحو الأفضل و التعرف على مشكلاتها الحقيقية في هذا المجال، الأمر الذي يستدعي بل يستوجب المشاركة الجماهيرية في ذلك.[3]

التعريف الإجرائي للإعلام الأمني :

الإعلام الأمني من المصطلحات الحديثة التي ذاعت وانتشرت وتبوأت مكانتها بين مختلف الإعلام النوعي، لاسيما بعد التطور الهائل الذي عرفته الدول والمجتمعات .بما في ذلك وسائل الإعلام المختلفة .

وهو إعلام هادف،متخصص .بمختلف المجالات الأمنية إذ يركز جل اهتمامه على التعمق في الجوانب الأمنية،لزيادة فاعلية العملية الاعلامية بجميع مستوياتها، ذو طابع حساس إذا ما تعلق الأمر بقضايا الجريمة والإرهاب، وذو طابع توعوي وتثقيفي إذا ما تعلق الأمر بتنظيم حركة المرور، والأمن المروري .

---

[1] علي الباز : الإعلام و الإعلام الأمني، مرجع سابق، ص ص 77 ، 78 .

[2] عصمت عدلي : سوسيولوجيا التشريعات الإعلامية الأمنية،طد، الإسكندرية، قسم علم الاجتماع المعهد العالي للدراسات الأدبية دار المعرفة الجامعية،(د.د.ن)،2003 ، ص 258 .

[3] زهرة بتيوي،(التفاعل مع الجمهور و الإعلام الأمني)، نشرة دورية للمعرفة الأمنية، العدد 02 ، الأبيار الجزائر، تصدر عن مركز التوثيق و الإعلام، مديرية التعليم و مدارس الشرطة، 2007 ،ص ص11 ،12 .

ويمكننا في اطار وضع تعريف اجرائي للاعلام الأمني الاعتماد على نفس التقسيم الذي يطرحه الدكتور حمدي محمد شعبان، اذ يفرق بين مفهومين للاعلام الأمني:

* الاعلام الأمني: " الذي تضطلع به وسائل الاعلام الجماهيري و تؤديه في اطار وظيفتها الاجتماعية و السياسية في المجتمع، شأنه في ذلك شأن الاعلام عن الجهود العسكرية أو الزراعية أو الاقتصادية...الخ " .

* الاعلام الأمني:" الذي تضطلع به ادارة الاعلام و العلاقات العامة في أجهزة الشرطة بهدف التغطية الواضحة و السريعة لكل المواقف و الأزمات الأمنية بهدف كسب ثقة الجماهير " [1] .

و منه يمكننا التمييز بين نوعين من الاعلام الأمني: " **اعلام أمني عام** " يأتي في اطار دور شامل و **عام** لوسائل الإعلام المختلفة، مثل عقد ندوات بالتلفزيون أو حصص اذاعية مثلا ، و" **اعلام أمني خاص أو متخصص** " الذي يتم من خلال مقالات الكتاب والمفكرين والمقالات المنشورة في المجلات الخاصة و يأتي في اطار دور خاص بادارة العلاقات العامة بالشرطة و يتمثل في كل ما يتم إعداده إعلاميا قصد تنوير المواطن وبث الوعي الأمي عن طريق البرامج الوقائية العلاجية و كذا مختلف الوسائل التوعوية .

2- أهمية الإعلام الأمني:

تكمن أهمية الاعلام الأمني في أنه لا يقف عند حد نقل المعلومات الأمنيةالصادقة الى الجمهور فقط، بل يسعى الى تأسيس وعي أمني يثري الروح المعنوية و المادية بكل مقومات النجاح التي تكفل الالزام بالتعليمات و الأنظمة من أجل أمن و سلامة الانسان في شتى مجالات الحياة، الأمر الذي أوجب تأصيل و تعميق التعاون و التجاوب مع حختلف قطاعات الدولة لخدمة و استقرار هذا الأمن.

و قد ذكر الحوشان حول أهمية الاعلام الأمني بأنه يستمد أهميته بشكل عام من حياة الشعوب و الدول على اختلاف درجات و عيها و تطورها، كما يزيد من الارتباط بين المجال الأمني ووسائل الاعلام، حيث يعد غياب هذا الارتباط سببا رئيسيا لفقد المجتمع عنصرا مهما من العناصر المطلوبة لوعيه و تقدمه بل يصبح هو ذاته مهددا أولا لأمنه في ظل غياب المصداقية و التحقق من مصدر المعلومة الأمنية [2]

كما تتضح أهمية الاعلام الأمني في كونه إعلام موضوعي دقيق يقدم المعرفة الأمنية إلى الناس،بهدف الرفع من درجة الوعي الأمني، وخاصة في المجمعات النامية التي تحتاج شعوبها إل تحسين الواقع نحو الأفضل

---

[1] حمدي محمد شعبان: الاعلام الأمني و ادارة الأزمات و الكوارث، مرجع سابق، ص 46 .

[2] تركي بن صالح عبد الله الحقباني: مدى اسهام الاعلام الأمني في معالجة الظاهرة الارهابية، دراسة تحليل محتوى لعدد من الصحف المحلية اليومية السعودية، رسالة ماجستير، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، مركز الدراسات العليا، 2006 ، ص 17 .

،والتعرف على مشاكلها الحقيقية في المجال الأمني ممايزيد من قوة المشاركة الجماهيرية في خدمة قضايا المجتمع الأمنية .

اضافة الى ذلك يكتسب الاعلام الأمني أهميته كذلك من جوهره المتمثل في الأمن و الأهمية الحيوية لهذا الأخير في حياة الشعوب واستقرارها وقدرتها على الازدهار، واتساع نطاقه ليشمل كل جوانب الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية ذلك لأن الشعور بالأمن يدفع الفرد إلى العطاء المثمر والإسهام في حركة البناء والتقدم،وتظهر أهمية وجود اعلام أمني في عجز أي جهاز أمني عن القيام .بمفرده بمهمة توفير هذا الأمن وحمايته ،وحاجة الأجهزة الأمنية إلى تعاون المواطنين معها ،وضرورة تكامل جهود الأجهزة الأمنية مع المواطنين والمقيمين لتكون في خدمة أمن الفرد والمجتمع [1].

كما تزداد أهمية الاعلام الأمني في ظل التنامي الواضح لمعدلات الجريمة و الارهاب الذي يتعرض له الوطن من الداخل و الخارج معا، الأمر الذي يتطلب ربط المواطنين بهموم بلدهم اطلاعهم على الحقائق الكاملة حول سلامتهم و توعيتهم **بغرس المفاهيم الأمنية حيث** تتجسد أهمية الاعلام الأمني في غرس تلك المفاهيم الأمنية لدى أفراد المجتمع بهدف حمايتهم من الخروج على السلوك الإيجابي من ناحية، وبث الطمأنينة والاستقرار من ناحية أخرى، فمع ازدياد خطورة الجرائم تظهر أهمية الاعلام الأمني في مهمته الوقائية باعتبار أن التوعية هي سبيل الوقاية من الجريمة و الوعي الأمني يجنب المجتمع العديد من الماسي [2].

إضافة الى ما قد ذكر حول أهمية الاعلام الأمني لنا أن نضيف لتلك الأهمية ضرورة أخرى من ضرورات هذا الاعلام التي لا تقل أهمية عن ما سبق و هي أهمية الاعلام الأمني المروري بالأخص في توعية الجمهور بالتدابير الوقائية التي تقي الفرد من الحادث وتحصنه و العمل على إقناعه هـ بأهمية الأمن والأمان في حياة أبناء المجتمع و كذا تعريف الجمهور بالأنظمة والتعليمات وبقواعد السلامة المرورية .

3 – خصائص الإعلام الأمني :

يتسم الاعلام الأمني بجملة من الخصائص التي تميزه عن أي نوع اعلامي ذو نوع اخر و تباينت المصادر التي يستمد منها الاعلام الأمني خصائصة و سماته، حيث يمكن له أن يستمد خصائصه من

---

[1] جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية: العمل الاعلامي الأمني، المشكلات و الحلول، د ط، الرياض، مركز الدراسات العربية، 2005، ص 14 .

[2] عصمت عدلي: مدخل الى التشريعات الاعلامية و الاعلام الأمني، د ط ، الاسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2005، ص 250 .

مجالات عديدة كالموضوع الأمني، و الحدث الأمني و الجمهور و غيرها، ونعرض فيما يلي خصائص الاعلام الأمني حسب رؤية الدكتور **أديب خضور**:

- **خصوصية الحياة الأمنية** : أو المجال الأمني وهي المرآة العاكسة للمجتمع الذي توجد فيه،فكلما ضاق مفهوم الأمن،ضاقت الحياة الأمنية واغتنت كلما اتسع، و باتساع الأمن اتسعت حدود الحياة الأمنية فأصبح الموضوع الأمني، غنيا، ومتنوعا، ومعنيا بالكثير من المجالات ليتوسع كذلك الجمهور المعني بالموضوع الأمني ولقد انعكس مجمل هذا التطور في الاعلام الأمني،الذي تتجسد مهمته الأساسية في رصد ومواكبة الحياة الأمنية.

- **خصوصية الموضوع الأمني** : وهو المادة الاعلامية التي تعاج الأحداث، والظواهر والتطورات الأمنية بجوانبهاالمختلفة وعموما يمكن القول أن الموضوع الأمني بعدة خصائص منها الاتساع و الشمولية نتيجة اتساع الإطار الأمني الحديث،حساسية نتائجه والآثار المترتبة على فعاليته ونشره، الدقة في تفسير وتحليل المعلومات والوقائع، و جماهريته.

- **خصوصية الحدث الأمني:** يتسم الحدث الأمني بجملة من الخصائص باعتباره يشكل لحظة في سياق،واللحظة مهما كانت كثيفة وغنية فإنها تبقى مؤقتة وزائلة ، أماالسياق فهو دائم ومستمر و الحدث الأمني متجدد،ومتسع باستمرار،ديناميكي وفجائي،ومن جهة أخرى فهو يجذب اهتمام شرائح واسعة من الجمهور المتنوع من حيث:السن، الجنس، درجة التعليم، المستوى الثقافي والوضع الاجتماعي والنفسي وغيرها.[1]

و هناك من يضيف الى تلك الخصائص خصائص أخرى كالوسيلة الاعلامية الأمنية، مصادر الاعلام الأمني، جمهور الاعلام الأمني و الكادر الاعلامي الأمني الذي تتوقف عليه مهمة اعداد الرسائل الاعلامية الأمنية.

حيث يمكن التمييز في اطار ذلك بين ثلاث أنواع من وسائل الاعلام الأمني تختص الأولى ذات الطابع الرسمي بالرتابة في انتقاء المواضيع و طرق عرضها، أما الوسيلة الثانية ذات الطابع التجاري تتميز بقدر كبير من الحيوية في تحريرها و مصادرها، و الوسيلة الثالثة تحاول اقامة نوع من التوازن بين المسؤولية الاجتماعية و المواضيع الأمنية.

أما عن خصائص مصادر الاعلام الأمني فتعتبر المصادر الرسمية مصادرا رئيسة للاعلام الأمني و قد تكون الوحيدة أحيانا و تتمتع بقدر كبير من الرسمية و بالتالي المصداقية غير أنها تخضع لقواعد عمل كثيرا ما

---

[1] أديب خضور: الاعلام الأمني، المكتبة الجامعية، دط، دمشق، (د.م.ن)،2002 ، ص ص 50 ، 59 .

تجعلها متحفظة، أما المصادر الخاصة فتتمثل في الأشخاص و الجهات المعنية بالحدث الأمني، اضافة الى الخبراء و المتخصصين نظرا لشمولية و عمومية الموضوع الأمني الاستعانة بهم لالقاء الضوء على الحدث الأمني.

كما يتسم جمهور الاعلام الأمني هو الاخر - كخاصية من خصائص الاعلام الأمني – بسمات تتمثل في تنوعه، كثرته، تباين حاجاته، و تفاوت درجات تركيز فئاته.

و كاخر خصائص الاعلام الأمني نذكر الكادر الاعلامي باعتباره أصبح يمثل حاجة قصوى فرضها العمل الاعلامي الأمني اذ يشترط في الكادر الاعلامي الأمني أن يكون ذو تأهيل اعلامي، أمني و أسلوب اعلامي متخصص [1].

و يمكن تقسيم خصائص الاعلام الأمني الى اثنين، خصائص الاعلام الأمني الخاصة التي سبقت اليها الاشارة من خصوصية الحياة الأمنية و الحدث و الموضوع الأمني و غيرها وخصائص الاعلام الأمني العامة

فالاعلام الأمني باعتباره اعلام متخصص يمثل الأمن جوهره و صلب اهتمامه، فهو بذلك اعلام لابد أن يتوفر على خصائص كثيرة،من أبرزها نذكر أنه اعلامهادف للتأثير في الاخرين، و اعلام صادق المحتوى، متعاون مع مختلف الوسائل الاعلامية، اعلام ايجابي هادف لتحقيق التفاعل الايجابي بين الجماهير و جهاز الشرطة [2].

يمكن لهذا التفاعل الايجابي أن يكون فعالا من خلال التوعية و الارشاد من جهة وتحسين صورة المؤسسة الشرطية من جهة أخر، من خلال الرسائل الصحيحة و الأخبار الصادقة التي يصدرها جهاز الشرطة في تحقيق أهداف الوعي الأمني.

ثانيا استراتيجية الاعلام الأمني:

يرى البعض الإستراتيجية الأمنية بأنها الكيفية التي وعن طريقها يمكن حشد كل الإمكانات والطاقات البشرية والاقتصادية لدولة ما أو لمجموعة من الدول لتمثل جهدا مشتركا لتحقيق هدف عام عبر خطط وبرامج ومشروعات محدد ،ومن ثم فإن الإستراتيجية الأمنية تحدد الإطار العام لعمل الإعلام الأمني من وظائفه ، أهدافه ووسائل تحقيق غاياته و التي من شأنها أن تساهم في دعم رسالة الشرطة في خدمة المجتمع.

1– وظائف الإعلام الأمني ووسائله:

[1] جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية: الاعلام و الأمن، ط1 ، الرياض، 2006، ص ص 43، 47 .

[2] يزيد ال سعود: دور الأجهزة الاعلامية في التعامل مع الأزمات الأمنية، دراسة تطبيقية على أجهزة الاعلام السعودي من وجهة نظر القائمين عليها، رسالة ماجستير في العلوم الادارية، الرياض، 2007 ، ص 49 .

- **أولا وظائف الاعلام الأمني:**

عندما نريد تحديد الوظائف التي يجب على الاعلام الأمني القيام بها لتنمية الوعي الأمني نجد أنه مطالب في اطار ادائها بتقديم مضمون اعلامي ينمي الوعي الأمني و يشمل كافة المعارف و العلوم الخبرات ذات الاتصال بالجوانب الامنية المختلفة لتتمكن الوظائف أن تلامس الأهداف المسطرة مسبقا و يمكن من بين الوظائف العديدة العامة منها و الخاصة للاعلام الأمني ذكر ما يلي:

أ/ **وظائف عامة:** و تتمثل في تلك الوظائف المتعلقة بالاعلام بشكل عام، و باعتبار الاعلام الأمني هو احد أنواع الاعلام المتخصصة بالجانب الأمني ففي سبيل تحقيق الرسالة الاعلامية الأمنية يمكن أن تنطبق عليه الوظائف العامة للاعلام.

* **الاخبار و الاعلام:** تتمثل هذه الوظيفة فيما يمكن لأجهزة لاعلام الأمني أن تساهم به من خلال الاعتماد على وسائل الاعلام التي تضمن تدفق المعلومات الصحيحة للمواطنين ووسائل الاعلام حول مختلف المسائل، عبر القنوات الأمنية المسؤولة و بأسرع وقت ممكن ، و بما يقطع الطريق على الاشاعات المغرضة أو المعالجات و التأويلات الخاطئة للوقائع و الأحداث.

* **التثقيف و التنشئة الاجتماعية:** ان وظيفة التثقيف و التنشئة الاجتماعية تنطوي على التوعية و بث روح المسؤولية و يمكن للاعلام الأمني تنمية الثقافة الأمنية عن طريق اذاعة و نشر كل ما من شأنه تبصير الجماهير بواجبها نحو اجراءات الحماية اللازمة للأرواح و الممتلكات حتى لا تكون فريسة سهلة أمام ذوي النشاط الاجرامي، الأمر الذي يساعد الى حد بعيد على الوقاية من الجريمة و الانحراف، بتصعيد اسهام المواطنين في مكافحة الجريمة بالعمل على رفع مستوى

تصعيد اسهام المواطنين في مكافحة الجريمة، بالعمل على رفع مستوى الوعي العام و كذا توثيق صلات التعاون بين أجهزة الشرطة و مؤسسات المجتمع [1].

* **التوجيه و الارشاد:** و هي وظيفة اقناعية يحتاج فيها القائم بالاتصال الى منهج خاص يقوم على الدليل و البرهان، و تهدف هذه الوظيفة الى تكوين المواقف و الاتجاهات و المساهمة في تحصين المجتمع بالقيم و ذلك بايجاد مناخ أمني و صحي عن طريق فهم ما يحيط بالانسان من ظواهر و أحداث، و يتم ذلك بتوصيل المعلومات الأمنية التي تساعده على اتخاذ القرارات السليمة و التصرف بشكل لائق اجتماعيا.

---

[1] بركة بن زامل الحوشان: الاعلام الأمني و الأمن الاعلامي، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، مركز الدراسات و البحوث، ط1، الرياض، 2004 ، ص ص 88- 89 .

* **الترفيه**: وهي وظيفة هامة تخفف العبئ عن النفوس و العقول من خلال ما تقدمه من مواد ترفيهية هادفة شريطة أن تخلو مضامين موادها من كل ما من شأنه أن يسبب الخلل الأمني وذلك وفقا لشروط محددة منها الابتعاد عن تجريح الأشخاص أو انتقاصهم مع خلو الترويح والتسلية في الأمور الشرعية أيا كان نوعها.

* **الاعلان**: و هي وظيفة لا ترتبط فقط بالاعلان التجاري ، فالاعلان غير التجاري في المجال الأمني يتمثل في الاعلان عن بعض الاجراءات الجديدة المنظمة للأعمال الأمنية المرتبطة بمصالح الناس، أو العقوبات التي تم تنفيذها على منتهكي حرمة الناس، أو الاعلان عن مفقودين...[1]

هذا ما يظهر فيما يمكن أن يخرج الاعلان به من عبارات ارشادية أو تحذيرية من قبل اللجان الوطنية للسلامة المرورية كلافتات السلامة المرورية عبر الطرقات أو تلك المتعلقة بمكافحة المخدرات .

ب/ وظائف خاصة: و تتمثل في تلك الوظائف التي يختص بها الاعلام الأمني كنوع اعلامي متخصص يختلف في مجالاته عن باقي أنواع الاعلام العام، و نذكر منها على سبيل المثال و ليس على سبيل الحصر الوظائف التالية.

* **التعاون مع الأجهزة الاعلامية**: يظهر ذلك في العمل المتضافر بين الأجهزة الأمنية و الاعلامية من خلال متابعة ما تبثه وكالات الأنباء العربية والأجنبية وشبكة الانترنت بواسطة فريق متخصص من عناصر الإعلام الأمني اضافة الى إعداد الحملات الصحفية الهادفة لمواجهة الظواهر الإجرامية والحوادث المرورية أو كل ما من شانه أن يهدد الأمن من قريب أو من بعيد و العمل على إعداد البيانات والأخبار الإعلامية التي تتناول جوانب أمنية وإخطارها لكافة وسائل الإعلام المحلية والأجنبية بالتنسيق مع كافة وسائل الإعلام الوطنية، زيادة الى ذلك المشاركة في الاحتفالات والمناسبات القومية التي تتطلب تضافر جميع مؤسسات المجتمع وإنشاء مراكز إعلامية بالتنسيق بين كافة الأجهزة الأمنية والإعلامية للتغطية اليومية للفعاليات المتعلقة بتلك المناسبات [2]

* **دعم الأجهزة الأمنية**: من خلال دعم أجهزة الاعلام الأمني ، و اختيار الكفاءات الجيدة للعمل فيها، مع الاهتمام بتوفير التدريب المناسب و الجيد للكفاءات، و يضاف الى هذا الدعم للأجهزة الأمنية رصد رصد الظواهر الإجرامية ،والأنشطة الإرهابية على الصعيد المحلى والدولي وتحليل مدلولاتها، واستخلاص النتائج بأسلوب الحس الأمني والإسهام في تطو ير الإستراتيجية الأمية ،ودعم اتخاذ القرار [3].

---

[1] بركة بن زامل الحوشان: الاعلام الأمني و الأمن الاعلامي، مرجع سابق ، ص ص 93- 94 .

[2] جاسم خليل ميرزا: الاعلام الأمني بين النظرية و التطبيق، ط1،(د.م.ن)، مركز الكتاب للنشر،2006،ص 28 .

[3] تركي بن صالح عبد الله الحقباني: مدى اسهام الاعلام الأمني في معالجة الظاهرة الارهابية، مرجع سابق، ص 24 .

* **الاهتمام بفئات الجمهور الداخلي و الخارجي:** بدعم التواصل بين أبناء الجهاز الأمني والوقوف على مشكلاتهم الوظيفية أو الشخصية لرفع روحهم المعنوية وتعميق روح الانتماء لديهم ،و الاتصال المباشر، اعداد النشرات والدوريات، تنظيم الندوات الزيارات الميدانية لكل مواقع العمل،و كذا تتبع تتبع شكاوى وآراء المواطنين المنشورة والمذاعة عبر وسائل الإعلام ودراستها بالتنسيق مع الأجهزة المعنية والرد عليها في اقرب وقت ممكن. دعم العقلاقة بين الجمهور و الأجهزة الأمنية من خلال إنتاج أعمال فنية راقية ، بهدف إبراز جهود الأجهزة الأمنية المختلفة في سبيل حفظ أمن المواطن و استقراره، و بغيةكسب ثقة الجماهير من خلال التأثير الفكري والوجداني فيهم [1] .

– ثانيا وسائل الاعلام الأمني:

يتعين على الاعلام الأمني في سعيه لاداء وظائفه و في اطار ايصال الرسالة الأمنية و ابراز الجهود الأمنية للجمهور – كما ذكرنا – و احداث الأثر الايجابي المرغوب الاعتماد على وسائل عدة في العموم و يمكن التمييز بين ثلاثة أنواع من هذه الوسائل:

أ – وسيلة اعلام أمني ذات طابع رسمي: تتميز بقدر من الجمودو الرتابة و لنمطية في اختيار الأحداث و المواضيع و أساليب معالجتها و طرق تقديمها و عرصها، كما تتميز باقتصار اعتمادها على المصادر الرسمية، و بافتقارها الى الابداع و الحيوية و الجاذبية.

ب – وسيلة اعلام أمني ذات طابع تجاري: تتميز بقدركبير من الاثارة و الحيوية و الجاذبية في تحريرها و اخراجها، و في تنوع مصادرها، و كذلك في معايير اختيارها لموادها، و لكنها غالبا ما تتمتع بقدر أقل من الاحساس بالمسؤولية الاجتماعية في معالجتها لقضايا الجريمة و الانحراف و الأمن عموما.

ج – وسيلة اعلام امني موازنة: تحاول أن تقيم نوعا من التوازن بين المسؤولية الاجتماعية في تناول المواضيع و الأحداث و الظواهر الأمنية، و بين متطلبات فن التحرير الاعلامي و ضرورة استخدام الأساليب و الفنون القادرة على ايصال المادة الاعلامية الأمنية الى الجمهور بهدف التأثير فيه، و قصد تعريفه بالقضايا الأمنية ، و حمايته من الانحراف ووقايته من الجريمة، و دفعه للمشاركة و القيام بدور فاعل في تحقيق الأمن، و توعيته مروريا بسلوك التصرف السوي من حيث التزامه بقواعد السير الحسن[2].

---

[1] جاسم خليل ميرزا: الاعلام الأمني بين النظرية و التطبيق، مرجع سابق، ص ص 21 ، 22 .

[2] جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية: الاعلام و الأمن ، ط 1 ، الرياض، 2006، ص 44 .

ذلك عن الوسائل التي يعتمدها الاعلام الأمني عموما ، أما عن الوسائل الخاصة و ان أخذنا من الجزائر كمثال عن ذلك و ان أردنا التخصص أكثر و حصرنا مجال الاعلام الأمني في الاعلام الأمني المروري كأحد أنواع الاعلام الأمني فانه يعتمد على وسائل عديدة لضمان أقصى قدر من التوعية المرورية ، ونشر الثقافة الأمنية بين الأفراد، فالأسابيع الإعلامية أو أسابيع المرور هي وسيلة توعية مرورية تنظم من طرف المديرية العامة للأمن الوطني مرة أو مرتين في السنة في كل ولاية أو ولايتين من الوطن .

تستمر فعاليات هذه الأنشطة لمدة أسبوع كامل تعرض فيه نشاطات مصالح الأمن المختلفة خلال تلك السنة التي نظمها هذا الأسبوع الإعلامي، فهذه النشاطات خاصة بجميع أقسام الأمن منها :الشرطة القضائية ، الأمن العمومي، الشرطة العامة ، الإدارة العامة ،المواصلات السلكية واللاسلكية،العلاقات العامة ،شرطة الحدود، الفرق المتنقلة للشرطة القضائية ،الوحدات، فرقة الطيران و غيرها،كما تضم الإحصائيات التي تقدمها مختلف المصالح وتعرضها في هذا الأسبوع المفتوح لجميع شرائح المجتمع، كما يعتمد فيها على الشرح والتوضيح والإجابة عن مختلف أسئلة المواطنين حول الأمن المروري.

وخلال الأسابيع المرورية يتم إنجاز منشورات وملصقات تشيد بالحفاظ على أمن المواطنين الراجلين والسلامة من حوادث المرور، تنجز من طرف المديرية العامة للأمن الوطن بالعاصمة، وتتلقى الولايات المكلفة باحتضان الأسابيع عددا من المطويات تنجز وتوزع من أجل التعريف .بمصالح الشرطة، وتقديم الإحصائيات والنشاطات خلال تلك السنة و المتعلقة بحوادث المرور، وعدد القتلى والجرحى، وعدد الغرامات الجزافية المسددة وغير المسددة،والوضع في الحضيرة بالنسبة للسيارات المخالفة إضافة إلى تقديم صور وإحصائيات خاصة بالإجرام بصفة عامة، ومختلف أنواع الجرائم من طرف الشرطة القضائية.

كما سبقت الإشارة فإن الأمن العمومي يلقى الحظ الوفير في التعريف بنشاطات المصالح في الميدان حوادث المرور،والسلامة المرورية ، إضافة إل ذلك تتناول تلك المطويات مختلف البيانات حول جنح المرور وسحب رخص السيارات ، وعدد الحوادث الجسمانية والمادية وحتى المخالفات المسجلة التي ترصدها مصالح الأمن العمومي بواسطة جهاز الرادار.

وللإشارة فإن الأسابيع المرورية تلقى استجابة لا بأس بها من قبل الجمهور في المناسبات التي تقام فيها حيث يصل عدد المشاركين إلى حوالي 2000 شخص يوميا حسب ما لقيته تلك المطويات من رواج إذ يكلف أعوان من الأمن العمومي بتوزيع المطويات إلى أفراد المشاركين في الأسبوع المروري ويصل بذلك عدد المطويات الموزعة يوميا إلى حوالي 2000مطوية [1]

---

[1] مقابلة مع مراد عجيمي: المسؤول عن الاعلام بالمركز الوطني للوقاية و الأمن عبر الطرق، يوم 11 فيفري 2007، الساعة العاشرة صباحا، بالمركز الوطني للوقاية و الأمن عبر الطرق.

إن الأسابيع المرورية الإعلامية بالرغم من سعيها الحثيث في تكريس الأمن المروري، إلا أنها ومن دون شك لا تكفي لذلك فتنظيمها مرة أو مرتين في السنة ليس من شأنه أن يغير الكثير ولا أن يكون لها أثر كبير في التحسين من الأمن عبر الطرقات .

لذلك فإن لكل ولاية من ولايات الوطن تسعى لتدارك ذلك النقص وذلك القدر المواضع جدا من وسائل التوعية المرورية.

فولاية سطيف مثلا تتدارك هذا النقص في الأسابيع الإعلامية بفعاليات أخرى تقام في مناسبات عديدة، تتزامن فعاليات الأبواب المفتوحة مع مناسبات وأعياد تاريخية وطنية كعيد الشرطة المصادف ليوم 22 جويلية وعيد المرأة يوم 08 مارس عيد الاستقلال والشباب يوم 05 جويلية وعيد النصر يوم 19 مارس تعرض فيها كذلك مصالح الأمن العمومي، مختلف النشاطات وآخر المستجدات المتعلقة بأمن وسلامة الأفراد، إضافة إلى الندوات الصحفية وما تتضمنه من تسليط الأضواء على مختلف المواضيع الأمنية المرورية.

ومما سبق [1].

بمقارنة بسيطة،فإنه بإمكاننا القول أن إمكانيات الإعلام الأمني ووسائله في الجزائر تبقى جد متواضعة مقارنة مع دول أخرى كالخليج العربي مثلا إضافة إلى محدوديتها، فعلى سبيل المثال نجد بأن برامج التوعية الأمية خاصة المرورية تنحصر في الأسابيع الإعلامية ومواعيدها القليلة، المطويات والمنشورات،الملصقات الأبواب المفتوحة ، إضافة إلى الندوات وبعض الجهود في الجرائد المحلية والوطنية وبعض المقتطفات والتوصيات في الإذاعات المحلية كاستغلال هذه الوسيلة مثلا في الإعلان عن مواعيد لإقامة أبواب مفتوحة ، ويبقى الإعلام الأمني في بلادنا سائرا في طريق النمو باعتباره،حديث النشأة وباحثا عن تطورات وفضاءات أوسع .

2– أهداف الإعلام الأمني:

إن الإعلام الأمني يستهدف هدفا رئيسا وهو مساعدة جهاز الأمن في أداء رسالته ولتحقيق ذلك فإن الإعلام الأمني يسعى نحو أمرين اساسيين، يتمثل أولهما في زيادة التأثيرات الإيجابية للإعلام التي تصب في صالح الرسالة الأمنية،أما الاخر فيتمثل في مكافحة الآثار السلبية التي تضر بالمجتمع وأمنه حيث إن بمقدور

---

[1] مقابلة: مقابلة مع السيد: عبد الوهاب غوالي، مدير العلاقات العامة و عميد الشرطة بولاية سطيف، مركز التكوين، سطيف يوم: 2008/04/15، على الساعة الثانية زوالا .

الإعلام الأمني أن يساهم في تحقيق أهداف الأمن بواسطة استثمار الإعلام وذلك بالمبادرة ببث ونشر الحقائق عن الأمن، و من خلال توفير المعلومات الأمنية التي تضمن للجمهور حق المعرفة فيما يدور حوله من قضايا المجتمع الأمنية ذات الصلة بحياته في الحاضر والمستقبل وقضايا المجتمع ومشكلاته [1].

بمعنى تحقيق الأمن الإعلامي أي انسياب وتدفق المعلومات الصحيحة للمواطن وأجهزة الإعلام عبر قنوات شرعية مسؤولة وبأسرع وقت ممكن بما يكفل قطع الطريق على اية معالجات مغرضة أو تأويلات لا تحتملها الظروف الدقيقة على المستوى المحلي والإقليمي [2].

فان حجب المعلومات الصحيحة عن الإعلام يؤدي الى الاعتماد على الأقاويل الخاطئة أو المبالغ فيها بدلا من الحقائق التي تمثل أجهزة الأمن مصدرا موثوقا لها ليؤدي دور نقل الحقيقة للجمهور،كل ذلك في سبيل الوصول لتحقيق المساعي التي من أجلها وجدت الرسالة الأمنية هذه الأهداف التي تمثل علة وجود نوع اعلامي أمني متخصص، و نظرا لتنوع أهداف الاعلام الأمني نذكر اضافة للأهداف السالفة الذكر أهداف أخرى نصنفها في محاور كما يلي:

1–أهداف تثقيفية: وترتبط بنشر الثقافة الأمنية،والعرض الموضوعي للأحداث الأمنية ، والقضايا ذات العلاقة هدف تحقيق تأثير تلقائي إيجابي ،يحقق تفاعل الرأي العام مع هذه الأحداث والقضايا أولا، بأول دون ما حاجة إلى استقاء المعلومات من مصدر غير موثوق.

2– أهداف توجيهية ويتم ذلك من خلال التأثير على الرأي العام لتبي اتجاهات أمنية تواكب سياسة الأجهزة الأمنية،من خلال الحساب المواطنين معارف ومعلومات أمنية وتنمية مهاراتهم، لتفعيل دورهم الوقائي ومشاركتهم أجهزة الأمن في قيامها بل ورها الضبطي أو العلاجي.

3–أهداف ترفيهية: ويقصد ها الإعلام عن الأنشطة ذات الطابع الترفيهي التي خلق مشاعر الود والأنفة بين رجال الأمن الجمهور مثل: تنظيم مسابقات ترفيهية بين الشرطة وأفراد المجتمع، مثل طلاب الجامعات والمدارس والكليات، الأمر الذي يؤدي إلى كسر الحاجز النفسي بين الشرطة كجهاز وبين أفراد المجتمع وطوائفه.

4– اهداف إجتماعية تتمثل في حماية المجتمع من الأخطار والتهديدات التي تهدد قيمه مبادئه وأصالته وأخلاقياته وتؤخر تقدمه مثل الظواهر الداخلية على المجتمع من انحراف الأحداث، وتعاطي المخدرات وتفشي الجريمة [1].

---

[1] جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية: العمل الاعلامي الأمني، المشكلات و الحلول،ط1، مركز الدراسات و الأبحاث بالرياض، ص 18.

[2] عصمت عدلي: مدخل الى التشريعات الاعلامية و الاعلام الأمني، دط، الاسكندرية،دار المعرفة الجامعية، 2005، ص 225 .

5-أهداف وقائية وتتحقق من خلال توعية المواطنين بتدابير الحفاظ على أمنهم واستقرارهم وسلامة ممتلكاتهم بإتباع أسلوب الوقاية خير من العلاج ، وكذلك التعريف بدور المواطن في مساعدة الشرطة وتحمل المسؤولية الأمنية من خلال الوقاية من أخطار الحريق وغيره من الكوارث الطبيعية أو الصناعية أو الناجمة عن الحروب .

6- أهداف اقتصادية: وتتمثل في الحفاظ على أموال وممتلكات الجمهور والمواطنين، من خلال تعميق الوعي الأمني لديهم لتجنب وقوع الحوادث فيما يتعلق بسرقة السيارات والمنازل والمتاجر، وتبصير المواطن بأساليب وطرق تنفيذ هذه الجرائم وكيفية الوقاية منها محققة بذلك الحفاظ على اقتصاديات المجتمع .

7-أهداف توعوية وتتمثل في توظيف الرسالة الاعلامية بكل أنواعها لتوعية المواطنين ، بإتباع السلوكيات الرشيدة، والحفاظ على أمن المجتمع واستقراره، وعدم الانسياق وراء الدعايات المغرضة والهدامة[2].

و من بين هذه السلوكيات التوعية بكيفية التعامل مع العديد من الأخطار، مثل : الحرائق والحوادث المرورية والكوارث الطبيعية، كالزلازل مثلا و غيرها .

3 – إستراتيجية الإعلامي الأمني في الإقناع :

لقد أظهرت الدراسات والتجارب العديدة التي أجريت في ميدان الاتصال، أن لوسائل الإعلام أثر واضح على أفكار واتجاهات وسلوك الجماهير، (إذا استخدمت استخداما رشيدا)، ولا يقتصر دور هذه الوسائل على مجرد عرض الآراء والأفكار بل تتعداه إلى التأثير في الاتجاهات بتدعيمها أو تبديلها[3].

ولما كان التفاعل السلوكي أحد الخصائص المميزة للنشاط الاتصالي، كان على الباحثين أن يدرسوا الظاهرة الاتصالية والإعلامية في وضعها الديناميكي التفاعلي مع العوامل والمتغيرات الأخرى التي تؤثر فيها وتتأثر بها، فوجب دراسة :

أولا : التكوين النفسي والاجتماعي والحضاري للأفراد.

ثانيا : المحددات الفردية للسلوك الإنساني وتشمل (الإدراك، الدافعية، التعليم، الاتجاهات الشخصية وميكانيزمات الدفاع عن الذات) [1]

---

[1] يزيد ال سعود: دور الأجهزة الاعلامية في التعامل مع الأزمات الأمنية، مرجع سابق، ص 43.

[2] جاسم خليل ميرزا: الاعلام الأمني بين النظرية و التطبيق، ط1،مركز الكتاب للنشر، 2006، ص ص 24-25 .

[3] عدلي سيد محمد رضا: البناء الدرامي في الراديو و التلفزيون، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، دط، 1988، ص 24.

إن مثل هذه الدذراسات تعد أساسية من أجل بناء رسالة إعلامية إقناعية، فبقدر النجاح في التخطيط لبناء الرسالة الإعلامية تكون الاستجابة، والتخطيط لها يبدأ باختيار المداخل الأساسية لإقناع الملتقى بالفكرة أو الاتجاه أو السلوك [2].

إن وسائل الإعلام يمكن أن تكون ذات وظيفة أو عديمة الوظيفة بالنسبة للمجتمع والأفراد كما يقول لازرسيفلد "lasarsfild" [3] وحتى يكون لها وظيفة وضعت الدراسات في ميدان الاتصال الاجتماعي عدة تقنيات لجعل الرسالة أكثر فعالية في الإقناع وتحديد الأسس العلمية التي تقوم عليها الحملات الإعلامية الناجحة، وسوف نهتم هنا بالنتائج التي توصلت إليها هذه الدراسات فحوالي 5% من 25000 كتابومقال تلخص كل سنة في المختصرات السيكولوجية " تتعالج تأثيرات الاتصال على المواقف والأفعال، وكل سنة أكثر من 1000 تقرير يضاف إلى الدراسات السابقة [4]

وقد أثبتت هذه الدراسات أنه لنجاح الرسالة الإقناعية لابد ان تتوفر شروط أو عوامل معينة لذلك.

أ/**عوامل المدخل** :

متغيرات المدخل هي متغيرات مستقلة يمكننا التحكم فيها، وهي المتغيرات التي تم استنباطها من نموذج لا سويل للاتصال : من يقول ؟، ماذا يقول؟، بأية وسيلة؟، لمن؟ وبأي تأثير؟ وهي متغيرات : المصدر الرسالة، الوسيلة، الملتقى والغاية وقد قسمها ماك غاير "mac guire" إلى متغيرات فرعية لاستخدامها في الحملات الاتصالية العمومية [5]

- **العوامل المرتبطة بالرسالة** :

---

[1] سمير محمد حسن: الاعلام و الاتصال بالجماهير و الرأي العام، عالم الكتب، القاهرة، ط3، 1996، ص 34.

[2] عبد المالك صاولي: أساليب الاتصال الاقناعي عند رسول الله – صلى الله عليه و سلم – ، مذكرة مكملة لنيل درجة الماجستير بقسم الدعوة و الاعلام و الاتصال، كلية أصول الدين و الشريعة و الحضارة الاسلامية، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الاسلامية، قسنطينة، الجزائر، 2005- 2006، ص 101.

[3] سهام العاقل: الاتصال الاجتماعي في الجزائر، دراسة حول فعالية الاعلام في وقاية الشباب من المخدرات – دراسة تحليلية ميدانية – مذكرة مكملة لنيل درجة الماجستير، قسم علوم الاعلام و الاتصال، جامعة الجزائر، 1988، ص 232.

[4] وليام ماك غاير: " الأسس النظرية للحملات " ، ترجمة : سعيد بومعيزة، المجلة الجزائرية للاتصال، ع 11 و 12 ، (ربيع،صيف 1995)، ص 73.

[5] وليام ماك غاير: المرجع نفسه، ص 75 .

●**تقديم المعلومات والحقائق الثابتة** : يرى ويلبرشرام أن الإعلام يساعد على إدخال التغير في المجتمع من حيث أنه الوسيلة الوحيدة الأكثر نجاعة لنشر المعلومات بين الناس وإقناعهم بضرورة التغير [1]،وفي هذا السياق يشير أحد الباحثين إلى أن الإعلام قائم أساسا " على تقديم الأخبار والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات والتعبير عنها تعبيرا موضوعيا عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم "[2]

إن أول خطوة يمكن أن يقوم بها الإعلام في هذا المجال تتمثل في تكوين معرفة كافية حول المشكل المطروح لتوعية الجمهور وتكوين رأي عام حو ل المشكلة، غير أن الاكتفاء بتقديم المعلومات فقط في عملية الإقناع لا يعتبر كافيا وإنما يعتبر كخطوة أولى في طريق الإقناع [3] إذ يمكن حصر ثلاث تأثيرات رئيسية للاتصال هي على التوالي :

●التغير في معلومات المتلقي.

●التغير في اتجاهات المتلقي.

●التغير في السلوك العلني أو الظاهر للمتلقي [4]

فالمعرفة لا تتكون من المعلومات فقط، بل تشتمل على الأفكار والمعتقدات والمعلومات التي تشكل في مجموعها الخبرات المتراكمة التي تؤثر في وصف موضوع الاتجاه [5]

جاذبية الرسالة : التي تستهدف شد الانتباه والتحريض على متابعة الرسالة، فهي من أولى مراحل الحملات الإعلامية والإعلانية الناجحة بحيث تمرب:

●جذب الانتباه.

●إيقاظ الاهتمام إلى محتوى الرسالة.

---

[1] زهير احدادن: مدخل لعلوم الاعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، دط، 1991، ص 85.

[2] سهام العاقل: مرجع سابق، ص 233.

[3] سهام العاقل: مرجع سابق، ص 233.

[4] محمود حسن اسماعيل: مبادئ علم الاتصال و نظريات التأثير، الدار العامة لنشر و التوزيع، الأهرام، مصر، ط1، 2003، ص 235.

[5] Le Net Michel letat annonceur. Techniques.doctrine et moral de la communication sociale.Ed.organisation.Paris.1981.p152.

●حث المتلقى على تقبل محتوى الرسالة [1].

أما نمط الجاذبية فهو إما إيجابي أم سلبي فالإيجابي يرتكز على ذكر المحفزات بينما السلبي فيركز على ذكر الأضرار المترتبة عن عدم اتباع النصيحة الاجتماعية المقدمة، ونجد أن المبلغين العموميين يميلون إلى استعمال السلبية [2] في حين يميل أصحاب علم البرجة البشرية إلى استخدام الإيجابية [3]، فبدل القول " لا تسرع فالموت أسرع " يفضل شعار " في التأني السلامة ".

أما الدراسات في مجال الاتصال الاجتماعي فتثبت أن النداءات السلبية تتحصن – أحسن من النداءات الإيجابية – على وعود لفظية لمتابعة الرسالة أو على أدلة عن المتابعة الفعلية للتعليمات، لإلا أن النداءات الإيجابية هي في الواقع أكثر فعالية فيما يتعلق بتذكر الرسالة ومتبعتها بالفعل [4]

ويقدم علماء النفس بعض الاقتراحات حول كيفية إثارة الوعي المروري، فغن كنت من الإعلاميين المكلفين بإنتاج مواد إعلامية خاصة بالتوعية المرورية فدع المعاقين بفعل حوادث المرور يتحدثون عن أنفسهم فذلك يعزز مصداقية الرسالة وفعاليتها، لكن مع الحذر من الكلمات السلبية مثل : عاهة وإعاقة، إذ أن الخوف والصور السلبية لها أثر كبير على نفسية الأفراد في حين أن الإعلانات الإيجابية بينت قوتها في إمكانية نقل المعلومات الجوهرية وخاصة فيما يتعلق بالمحفز [5].

●**أسلوب الاتصال** : ويدخل ضمنه الجانب الشكلي مثل سرعة الإلقاء، اللغة المستعملة، وأسلوب الإقناع فسرعة الإلقاء كأحد المتغيرات الأسلوبية تشير إلى علاقة عكسية مع الأثر الإقناعي حسب المعطيات الإمبريقية، فعندما تقدم الرسالة بوتيرة إلقاء عادية (حوالي 150 كلمة في الدقيقة) يكون الأثر الإقناعي أقل ما هو في حالة تقديم نفس الرسالة بوتيرة بطيئة (100 كلمة في الدقيقة)،وتكون أكثر فعالية عندما تعرض الرسالة بوتيرة (200 كلمة في الدقيقة)، فالشخص الذي يتكلم بسرعة لا يحرض أكثر على تغيير

[1] طاهر محسن الغلبي: أحمد شاكر العسكري: الاعلان مدخل تطبيق، دار وائل، ط1 ، 2003، ص ص 157- 160.

[2] وليام ماك غاير: مرجع سابق، ص 77.

[3] عبد المالك صاولي: مرجع سابق، ص 154.

[4] وليام ماك غاير: مرجع سابق، ص 77.

[5] نبيلة بوخبزة: الاتصال الاجتماعي الصحي في الجزائر: - دراسة ميدانية – رسالة ماجستير، قسم علوم الاعلام و الاتصال، جامعة الجزائر، ديسمبر 1995، ص 176 .

المواقف وحسب وإنما ينظر إليه أيضا كعارف أحسن لموضوعه [1]، غير أن السرعة الكبيرة قد تؤدي إلى عدم فهم الرسالة، لذا من الأفضل اعتماد السرعة المتوسطة في إلقاء الرسالة.

إن عملية الفهم من أهم الاستجابات المؤدية للإقناع لذا يشترط على المرسل استخدام رموز سهلة في بناء الرسالة وإلا سيفشل الاتصال ويصبح سببا في جعل المتلقي يعطي تأويلات خاطئة عن محتوى الرسالة [2].

فتؤكد الدراسات في مجال الاتصال الاجتماعي أن الرموز المتضمنة في الرسالة لها معان مختلفة – إلى حد ما – بين المرسل والمتلقي، لذا يذهب شرام إلى أن الفشل في الاتصال في معظم الحالات يرجع إلى افتراضات خاطئة من جانب المرسل أو المستقبل حول مطابقة معنى الرموز التي يتبادلها [3]

وعن أسلوب الإقناع فيري ميشال لوني أنه يفضل الابتعاد عن الأسلوب الوعظي الأخلاقي فبدل التركيز على الأوامر والتوصيات والقرارات التي تتخذ في محاربة مشكلة من المشكلات الاجتماعية والتي تجعل من وسائل الإعلام مجرد بوق للقرارات الجديدة، يفضل تقديم الحجج والبراهين العلمية المقنعة " فلا شيء ينسي أسرع من توصية لتغير سلوكنا" حيث توصلت الدراسة التي قام جاك دوران "j.dourand" حول شروط العملية الاتصالية الفعالة في مجال الوقاية من حوادث المرور في سنة 1974 على عينة مكونة من 46 شخصا، أن الرسالة الأخلاقية تأتي في آخر الترتيب تليها الرسالة التسلطية، في حين أن الرسالة التي تعتمد الاسلوب العلمي في الإقناع نالت الأفضلية لدى المبحوثين ويقدم ميشال لوني الإدمان على الكحول وحماية اللغة الفرنسية كمثال للمواضيع التي يصعب فيها قاعدة الأسلوب المرح واستبعاد الأسلوب الصارم الأخلاقي والإرشادي [4]

ولأن الإقناع يستهدف دائما إلى بناء الاتجاهات وأنماط السلوك فإن المداخل تستهدف أيضا البناء الوجداني، بجانب الباء المعرفي باعتبارها العناصر الأساسية لبناء الاتجاهات والميل السلوكي[5]

---

[1] وليام ماك غاير: مرجع سابق، ص 77.

[2] Arcand.Richard.Bourdou.Nicol. la communication efficace. Ed. deboeck universite. Paris.1998.p37.

[3] سمير محمد حسين: الاعلام و الاتصال بالجماهير، مرجع سابق، ص 137.

[4] Le net.Michel.op.cit.p37.

[5] محمد عبد الحميد: نظريات الاعلام و اتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، مصر،ط2، 2000،ص 321,

ويعد أسلوب التخويف من بين الأساليب العاطفية للاتصال التي تستعملها الحملات الإعلامية لمحاربة المشاكل الاجتماعية المختلفة، فقد بينت الأبحاث التي قام بها واتس وباغانو " vatts et pagano " في سنة 1967 حول الرسائل المستعملة لأسلوب التخويف أن هذا الأخير نجح في تغيير الكثير من السلوكات غير الرغوبة وكان لها تأثيرها الإيجابي في مجال الحملات الإعلامية والأمنية خاصة تلك المتعلقة بالوقاية من حودث المرور عن طريق استعمال حزام الأمن[1]

غير أنه إذا لم يستعمل بطريقة دقيقة فقد يكون له آثارا عكسية فحسب أبحاث روجرز ومابورن "rogers et mowborn" سنة 1976 فإنه إذا لم تقدم الرسالة الخيفة حلولا لتفادي الأخطار المنجزة عن السلوك المرفوض فإن ذلك يؤدي إلى تأثير عكسي للرسالة عن طريق ظاهرة الارتداء بمعنى رجوع المتلقي إلى نقطة البداية، فبدل أن تؤدي إلى تعديل الاتجاه الخاطئ فإنها تقوي هذا الاتجاه وتعزز السلوك الضار [2].

إن آثار أسلوب التخريف تختلف حسب درجة قوة التخويف والخصائص الشخصئية للأشخاص المستهدفين بالرسالة، كما أن آثاره آنية وعابرة مرتبطة بالوقت الذي يتم فيه استعمال هذا الأسلوب، لكن يفضل تجنب المبالغة في استعمال هذا الأسلوب لأنه يؤدي إلى آثار عكسية تماما.

وإلى جانب أسلوب التخويف هناك أساليب عاطفية أخرى :

- **الفكاهة**: إذ من أكثر الأساليب العاطفية دفعا لمتابعة الرسالة وجلبا لانتباه المتلقي، غير أن فعالية الرسالة الفكاهية مشكوك فيها حسب نتائج عدة دراسات حيث أظهرت تجربة لبادي وهوست " m.j.labadu et j.lhoste" حول مدى فعالية الرسالة الفكاهية في إقناع السائقين باستعمال حزام الأمن بنسبة 14%وأثبت دراسة فالونتينوماكي "s.dvalentine et a.m.mackie" حول فعالية الرسالة الفكاهية على عينة متكونة من 34 سائقا أن الرسالة الفكاهية من أقل الأساليب الإقناعية فعالية [3]، وهذا يرجع لتركيز الفكاهة على الجانب الشكلي للرسالة على حساب المحتوى الذي يعتبر ثانوي في هذا النوع من الرسالة، مما يؤدي إلى عدم فعالية الرسالة الفكاهية في الإقناع [4] .

---

[1] نبيلة بوخبزة: مرجع السابق، ص 79.

[2] نبيلة بوخبزة: المرجع نفسه،ص 80.

[3] Le Net. Michel.op.cit.p152 .

[4] نبيلة بوخبزة: مرجع سابق، ص 55.

●**الإغراءات الجنسية** : تعتبر من الأساليب العاطفية التي تستعمل بكثرة في الإعلانات التجارية في البلدان الغربية، وقد أثبتت الدراسات الغربية أن هذا الاسلوب من أنجح الأساليب الإقناعية إذا لم يصطدم بالممنوعات في المجتمع (tabous les)، حيث توصلت دراسة لأبادي وهوست إلى أن وضع حزام الأمن ارتفع بنسبة 16% بين السائقين المعرضين لرسالة إقناعية تحمل إغراءات جنسية [1]، ولكن تأثيرها قد يكون مغايرا تماما في مجتمعنا، وخاصة أن نجاحها مرتبط بعدم تخطيها للمحرمات التي يحددها المجتمع للأفراد بفعل التنشئة الاجتماعية.

●<u>بنية الحجج :</u> هي من بين المتغيرات المرتبطة بالرسالة، هل من الأفضل استخدام عدد معتبر من الحجج أم أنه من الاحسن الاكتفاء بعدد محدود، وفي هذا الصدد يميل الإشهاريون إلى استعمال حجة أو اثنين فقط لتجسيد الرسالة وجعلها في متناول الجميع، غير أن الرسالة الإشهارية غير الرسالة الاجتماعية التي تهدف إلى الإقناع وبالتالي مخاطبة العقل والتفكير [2]

والسؤال المطروح، هل نبدأ في عرض الحجج المعارضة أم الحجج المؤيدة حيث عالجت دراسة جانيس وفيرابان "jaunis et ferabend" في سنة 1957 هذه الإشكالية حيث استعملت المنهج التجريبي على مجتمع البحث المتكون من 182 طالبا مقسمين على ثلاث مجموعات، مجموعتان تجريبيتان والمجموعة الثالثة كجماعة ضابط وتحصل كل الطلبة الذين تمت عليهم التجربة على مطبوعة تشجعهم على الإنضمام إلى الدفاع المدني، والاختلاف الوحيد بين المجموعتين الأولى والثانية هي ترتيب الحجج، ولقياس فعالية النوعين من الرسائل يجيب الطلبة على استمارة لتقيم موقف كلا المجموعتين اتجاه الدفاع المدني، وكانت النتائج أن نسبة الذين اقتنعوا بالفكرة كانت أكبر بين الجماعة التي تعرضت للحجج المؤيدة أولا، أي أنه لتحقيق الإقناع لابد من تقديم الحجج المؤيدة للفكرة ثم تأتي الحجج المعارضة في الأخير.

غير أن هذه النتائج تعرضت للنقد من طرف علماء الاجتماع لأن تقديم الحجج المعارضة في الأخير بعد الحجج المؤيدة قد يغير من رأي وموقف المتعرض لها، وفي المقابل إذا بدلأنا بتقديم الحجج المعارضة فإن هذا قد يؤدي إلى التردد وعدم متابعة الرسالة إلى نهايتها وبالتالي لا يصل إلى الحجج المؤيدة [3]

---

[1] Le Net Michel.op.cit.p152.

[2] سهام العاقل: مرجع سابق، ص 236.

[3] سهام العاقل: مرجع سابق، ص 238.

لكن يبقى أن لكل مشكل خصائصه التي تميزه وترتيب الحجج يخضع لطبيعة المشكل، والجمهور المستهدف، وهدف الرسالة.

●محتوى الرسالة : ويجب التميز بين المحتوى المرغوب من طرف الجمهور المتلقي والمحتوى الفعال في عملية الإقناع وتغير المواقف والسلوك ، وقد قدم علماء النفس بعض خصائص المحتوى الفعال في عملية الإقناع نذكر بعضها في ما يأتي :

●تقد الرسالة الناجحة معلومات بديلة حيث تبين دراسة جانيس وفشباك " I.LJanis et Feschbak" حول تجارب الجمهور من خلال نص خاص بصحة الأسنان، أن هذا النص يعاب عليه كونه لم يقدم توصيات توجيهية حول طرق الوقاية من التسوس، وخرجت الدراسات بقاعدة أن التوعية حول مشكل معين بدون تقديم حل للقضاء على هذا المشكل يؤدي إلى إحباط المتلقي، وقد يؤدي ذلك إلى رفض عنيف للرسالة [1]

●لابد من الدقة في تقديم الرسالة فيقول فائق فهيم " غن التأثير الاجتماعي عبر وسائل الإعلام لا يأتي بمعالجة موضوع ضخم، وإنما يتسنى هذا إذا تناول المرسل موضوعا صغيرا او عنصرا محددا من عناصر السلوك البشري ويحاول تعديله"[2] ، كما ينصح القائم بالاتصال عدم أخذه صورة سلبية عن المتلقي لأن ذلك يصعب من عملية الاتصال ويفشل العملية الإقناعية.

●ومن بين الأساليب التي تجعل الرسالة أكثر دقة، استعمال الأرقام والابتعاد عن الشعارات والعبارات الرنانة اللاواقعية.

●يفضل استعمال فكرة واحدة لكل رسالة، ويقدم ميشال لوني مثلا عن الحملات التي تقترح على المتلقي عدة توصيات في آن واحد لكل رسالة، ويقدم ميشال لوني مثلا عن الحملات التي تقترح على المتلقي عدة توصيات في آن واحد، حيث تعالج حملة واحدة في نفس البرنامج التلفزيوني عدة مواضيع مرتبطة بالوقاية من حوادث المرور منها السرعة، حزام الأمن، تعاطي الكحول وغيرها في ن واحد، فمثل هذه الحملات غير

---

[1] Le Net.Michel.op.p155.

[2] خالد السيف و اخرون:تقييم برامج التوعية المرورية، مدينة الملك عبد العزيز للعلوم التقنية، الرياض، السعودية، ط3 ، 1993، ص 25.

نافعة لأنها تضعف من المقدرة على ايتقبال الرسالة واستيعابها خاصة إذا استعملت الأسلوب الرمزي المجرد الذي يبتعد عن الواقع الملموس الذي يحد من القدرة على التركيز والفهم [1].

- لابد من الاهتمام في تصميم الرسالة الإقناعية بالبرمجة الزمنية والمنهجية المنطقية في تسلسل الأفكار.
- أن تكون الرسالة المقدمة متوافقة مع قيم المجتمع ومعاييره الثقافية والحضارية المتعلقة بالجماعة المستهدفة بالرسالة، فيجب ربط الرسالة الإقناعية بحاجات المستقبل وكذا مراعاة الحالة النفسية والاجتماعية للجمهور المتلقي حيث يقول ليونوردو هودجون "L.Hodjiidon" "كلما تقدمنا في برامج التربية الصحية العامة تبين لنا أن جهودنا التربوية ينبغي أن تعنى بالعوامل الاجتماعية والنفسية التي تؤثر في سلوكه " [2]

أسلوب العرض : مثل التكرار، توقيت الرسالة، ومدتها وحجمها.

التكرار : عامل من عوامل نجاح الرسالة الإقناعية، فيرى ابن خلدون أن التكرار أسلوب اتصالي ناجح لتحقيق الهدف التعليمي، فهو يرى أننا نكتسب اللغة بالتكرار، وأن الملكات تنمو لدى الإنسان بالتكرار [3]، ولا شك أن تكرار الرسالة يرتبط بنوعية الجمهور الذي توجه إليه ونوعية مضمونها، ومدى معرفة الجمهور بهذا المضمون.

وأن هناك عددا من النظريات المتعلقة بالتكرار ودوره في الإقناع، وهي نظريات تندرج ضمن النظريات السلوكية، كما تعد ضمن قاعدة أساسية لتفكير فريد، فهي تؤكد على أن فعلا ماضيا يمكن أن يعزز نزعة شخص ما إلى الفعل بكيفية مشابهة في الحاضر، وهذا الاتجاه كان سائدا خلال سنوات الأربعينيات والخمسينيات في الأبحاث حول السلوك وأصحابها من أتباع هيل وسكينر " hull et skinner " وكذا منظري الاستمرارية، ثم استغلت هذه النظريات لدراسة فعالية الحملات العمومية والاتصال الإقناعي [4]

إن هذه الأبحاث قام بها كل من هوفلاند "hovelend" وأتباعه في 1959 ثم ساتس ووايس "سضضفس ثف ئثهسس " وغرين والد "gren wald" وأتباعه سنة 1968 وتوصلوا إلى نتيجة مفادها أن التكرار

---

[1] Le Net. Michel.op.cit.p156.

[2] ويلبر شرام: أجهزة الأمن و التنمية الوطنية – دور الاعلام في البلدان النامية – ترجمة: محمد فتحي، مراجعة أبو بكر، الهيئة المصرية العامة للتأليف و النشر، القاهرة، مصر، دط، 1970، ص155.

[3] صالح خليل أبو أصبع: الاتصال الجماهيري، دار الشروق، عمان، الأردن،ط01، 1999،ص 83.

[4] وليام ماك غاير: مرجع سابق، ص 94.

يعزز الأثر الإقناعي، غير أن دراسة ساوفر"sauver" 1980 وصلت إلى أنه بعد 3 أو 5 عروض مكررة يميل الأثر الإقناعي إلى الانخفاض ولذلك لا يستحسن المبالغة في تكرار الرسالة أكثر من 3 مرات متتالية [1].

- مدى بث الرسالة : تخضع لنوعية المشكل المستهدف حله، غير أن مدة بث الرسالة لا يجب أن تكون طويلة إلا في حالة توفر عنصر الإثارة والجاذبية لتجنب الملل، لكن مدة الحملة الإعلانية حول موضوع معين وخاصة إذا كان جديدا لابد أن تأخذ الوقت الكافي والكثافة لازمة لتحقيق الأثر المطلوب [2].

- توقيت الرسالة : أي تحديد الوقت المناسب للجمهور المستهدف، وهو عنصر هام جدا في العمل الإعلامي وذلك للرفع من احتمالية التعرض للرسالة.

- المكان المناسب : ينبغي اختيار المكان المناسب الذي يلتقي فيه الأفراد المستهدفين من الرسالة الإقناعية، بحيث نوفر لهم فرصة الحوار والنقاش.

ب/ عوامل المصدر : إن المتغيرات عن المصدر في الاتصالات الإقناعية لها صلة بالخصائص، ولا تتعلق بالشخص الذي يبني الرسالة بل تتعلق بخصائص الشخص الذي يقدم الرسالة، وهناك الكثير من الأبحاث التي أنجزت لتحديد ما إذا كان الأثر الإقناعي مرتبطا أم لا بمتغيرات مثل الخصائص الديموغرافية (السن، النوع...) والخصائص السوسيولوجية (السلطة، الوظيفة...) [3] إن اختيار المصدر المناسب من الشروط الضرورية والهامة لنجاح الحملة أو عملية الإقناع فيرى كل من هوفلاند وجاني وكيلي " hovland, jaunie et kelly" أن فعالية الاتصال الإقناعي تخضع للثقة الممنوحة للمصدر من طرف الجمهور المتلقي، وبتالي يتم تأويل الرسالة تبعا للتقدير الذي يوليه المتلقي للمصدر [4].

وقد كشفت إحدى الدراسات التي أجريت في الولايات المتحدة الأمريكية عن العوامل التي جعلت المشاهدين يفضلون مذيعا عن سواه، ومن خلال إجابات المبحثين كان من أهم الأسباب هي[5] :

- لأنه جعل مشاكلهم تبدو أسهل.

- لأنه المذيع الذي أحبوا أن يعرفوا عنه مزيدا من المعلومات.

---

1 المرجع نفسه، ص 94.

2 سهام العاقل: مرجع سابق، ص 238.

3 وليام ماك غاير: مرجع سابق، ص 75.

4 Le Net.Michel.op.cit.p158

5 كرم شلبي: المذيع و فن تقديم البرامج للرديو و التلفزيون، مكتبة التراث الاسلامي، القاهرة، مصر، دط،1992، ص 106.

●لأنه يبدو تماما كما لو كان من أصدقائهم اليوميين.

●لأنهم جعلهم يشعرون بالارتياح والرضا.

●لأنه متمكن من القواعد المهنية في حرفته.

ويتوافق هذا مع قول محمد العزوني "لكي تقنع الناس فيجب أن تكسب ثقتهم من خلال المصداقية والاستمرارية "[1] فمصداقية المرسل من الشروط الضرورية لنجاح الرسالة الإقناعية، ومصداقية المصدر يمكن أن تتأتى من مكانه المصدر على أن المكانة قد تتفاوت في مضمونها فهي إما تتمثل في هيئة رسمية للنظام السياسي أو القانوني، أو في الجاذبية الشخصية لأحد النجوم أو الأعضاء البارزين في إحدى المجالات [2].

إن درجة ثقة الجمهور بالمصادر تتباين من مصدر لآخر، فحسب دراسة إتزيوني وديبرات " etzioni et dipretteي" في سنة 1979 لوحظ أن الهيئة الطبية والأطباء كمصدر للاتصالات العمومية مازالت تحظى بثقة الجمهور، غير أنه المناسب استعمال الطبيب في كل حالات الاتصال الصحي كمصدر موثوق به من طرف الجمهور، ولهذا يستحسن أن يبث الأطباء الرسالة الصحية المرغوبة حسب التخصص والمعرفة التي يحضون بها، كما توصلت الدراسة إلى أن العلماء والمربين ورجال البنوك يحضون بثقة أكبر نوعا ما، ثم نجد القادة العسكريين، المحكمة العليا المسئولين الدينيين، الشركات الكبرى، ثم نجد المصادر التي تقلصت ثقة الجمهور بها مثل : مسئولي الصحافة، الفروع التنفيذية والتشريعية للحكومة، التلفزيون والنقابات [3].

كما اختبر الباحث نيسبيت "j.naisbitt" ستة أفلام إقناعية حول ضرورة وضع حزام الأمن شارك في تقديمه نجمان سينيمائيان، فكانت النتيجة أن رفضت هذه الرسائل بالرغم من الاستعانة بالمشاهير، هذا لأن طبيعة الموضوع لا تستدعي ذلك، ولأن المشكلة الجادة تتطلب حلولا جادة أيضا ، وكذلك الشأن بالنسبة لدراسة بلومغراف وشوتمان التي اختبرت نوعين من الرشائل الخاصة بحزام الأمن، إحداهما درامية استعانت بالمثلين، والأخرى مهنية استعانت بالمختصين، وحسب نتائج الدراسة كانت المصادرة المتخصصة أكثر مصداقية [4] .

---

[1] مقابلة مع محمد العزوني:مركز الوقاية و الأمن عبر الطرق، الجزائر العاصمة، يوم 12 فيفري 2007.

[2] سامية محمد جابر: الاتصال الجماهيري و المجتمع الحديث بين النظرية و التطبيق، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، مصر،دط، 1991، ص 179.

[3] وليام ماك غاير: مرجع سابق، ص 76.

[4] Le Net.Michel.op.cit.p154

كما أن نية الإقناع تعد من بين متغيرات الثقة بالمصدر التي عالجها ماك غاير حيث يفترض أن إظهار نية الإقناع ظاهرة لتعزيز الثقة بالمصدر[1].

ومن المتغيرات الأخرى في الثقة بالمصدر ذاته بنفسه، فقدرة المرسل على الإقناع من مدى ثقته بنفسه التي هي عامل أول في نجاح تمرير الرسالة وإحداث أثر رجعي [2] فإذا ما كرر القائم بالاتصال هذا الاعتقاد وانتقل من مرحلة الاحتمال إلى التأكيد فإن العلماء أقروا أن مدة 21 يوما كافية لوضع عادة جديدة موضع التنفيذ عندما تملئ بالتأكيدات[3].

كما ينصح القائم بالاتصال عدم أخذه صور سلبية عن المتلقي لأن ذلك يصعب من العمل الاتصالي ويفشل العملية الإقناعية [4]

ج/ العوامل المرتبطة بالوسيلة :

تأتي أهمية الوسيلة لأنه بإمكانها أن تكون موصلا جيدا أو غير جيد للرسالة الإعلامية، وقد تدعم عمل المرسل أو تهدمه، فهناك تمازجا بين الرسالة الإعلامية والوسيلة الإعلامية التي توصل هذه الرسالة، حيث يقول ماكلوهان " الوسيلة هي الرسالة " وهو يعني بذلك أن استعمال وسيلة معينة في عملية التواصل قد يحدث تغيرا جذريا في الأشخاص يفوق بكثير التغير الذي يحدثه المضمون الإعلامي نفسه[5].

هناك قاعدة خرجت بها دراسة شاكين وإيجل في سنة 1976 يمكن تطبيقها لاختيار الوسيلة المثلى لترير الرسالة عندما يكون الاتصال الموجه إلى الجمهور بسيطا نوعا ما وتغيب إمكانية عدم فهم الرسالة، آنذاك تكون الرسالة مقنعة أكثر كلما انتقلنا من الصحافة إلى الإذاعة إلى التلفزيون، ولكن عندما تكون الرسالة معقدة نوعا ما – يخشى الوقوع في سوء الفهم – أو عدمها فإنها تكون أكثر إدراكا عندما تقدم في الصحافة بدلا من الوسائل الإلكترونية [6]، ومن جهة أخرى فإن مصداقية وسائل الإعلام تعد من بين

---

[1] مليام ماك غاير: مرجع سابق، ص 76.

[2] Arcand.Richard.Bourdou.Nicole.op.cit.p20

[3] عبد المالك صاولي: مرجع سابق، ص 154.

[4] Arcand.Richard.Bourbou.Nico.op.cit.p20

[5] عبد المنعم محمد بدر: الاعلام الأمني العربي،مركز الدراسات و البحوث بأكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، السعودية،ط1، 1997، ص 37.

[6] وليام ماك غاير: مرجع سابق، ص 78.

المتغيرات الهامة التي تؤثر على العملية الإقناعية من وسيلة إلى أخرى، وهناك استقصاء للرأي أجرته مجلة نيويورك الأمريكية حول ثقة المستجوبين بما تنشره وسائل الإعلام، فكانت النتائج كالتالي :[1]

جدول يوضح : توزيع درجة ثقة الجمهور في وسائل الإعلام الأمريكية :

درجة الثقة	جيد	ضعيف
التلفزيون الوطني بين الولايات	71	29
التلفزيون المحلي	69	31
مجالات الأخبار	66	34
الصحف الإخبارية	57	43
المنشورات الخاصة بالإعلام	21	79

لكن هذه النتائج لا تعني إلا المجتمع الأمريكي، بل جزءا صغيرا من هذا المجتمع في فترة زمنية معينة، ولهذا يصعب تطبيق هذه النتائج على المجتمع الجزائري، ثم إن وسائل الإعلام لا تستطيع وحدها أن تمارس التأثير على النظم الاجتماعية الكبرى والمعتقدات الراسخة دون الاستعانة بالمؤسسات الاجتماعية الأخرى الدينية منها والتعليمية، فكلاهما يتمتع بممارسة نوع من الإلزامية بالإضافة إلى الفترة الطويلة التي يستغرقها نشاط كل منها والمتابعة المستمرة من خلال الاتصال الشخصي بين الأفراد من خلال قادة الرأي [2]، ففي ولاية فيلا ديلفيا الأمريكية لوحظ أن استخدام أجهزة تكييف الهواء يتخذ نمطا له مغزاه من حيث تكاثره في مجموعات المساكن المتجاورة بينما لا يحدث ذلك للمساكن عبر الشوارع العريضة، وتبرير ذلك أن الاتصال الشخصي بين السكان من خلال الحدائق الخلفية والممرات الضيقة أين تجلس السيدات مع الأطفال وتتحدث مع الجيران مما يؤدي إلى انتشار المستحدث عن طريق المناقشة وهنا نجد القيادات المحلية لها دور رئيسي بل قد تتفوق احيانا على الوسائل الإعلامية الأخرى [3]

يبقى أن الاتصال الفعال هو الذي يجمع بين مختلف وسائل الإعلام إلى جانب الاتصال المباشر وهو ما تتطلبه حملة إعلامية ناجحة .

---

[1] سهام العاقل: مرجع سابق، ص 253.

[2] محمود عودة و السيد محمد خيري: أساليب الاتصال و التغير الاجتماعي،دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، دط، 1988، ص 89.

[3] ابراهيم امام: الاعلام الاذاعي و التلفزيوني، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، ط2، 1985، ص 119.

د/ العوامل المرتبطة بالغاية: إن تحديد الأهداف من وراء الرسالة الإقناعية من الضروريات لإنجاح الحملات الإعلامية، حيث يحدد لنا نوعية الرسالة والمحتوى الواجب تمريره، ومن المتغيرات

المرتبطة بالغاية لتحديد ما إذا كانت الرسالة تهدف إلى وقاية والتوعية ام انها تهدف إلى علاج المشكلة نهائيا.

إن أهداف الرسالة الإقناعية لابد أن تأخذ بعين الاعتبار الخصائص الدينية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية للمجتمع، حيث اتضح أنه من غير المفيد تطبيق تقنيات الوقاية الموضوعة فب البلدان المتطورة على البلدان النامية.[1]

نشر أيضا- أن بعض الاتصالات الاقناعية لها تأثيرات ذات مفعول متأخر وأن القياسات العاجلة ليست مؤشرات صحيحة عن الفعالية على المدى البعيد، وان الأثر ألإقناعي يمكن أن يستمر حتى عندما تكون مادة الانطلاق قد نسيت.[2]

ه/ العوامل المتصلة بالجمهور المتلقي: وهي المتغيرات التي تبرز الخصائص المتنوعة للجمهور المستهدف مثل:

- الخصائص الديموغرافية: كالسن والجنس.
- الخصائص الحضارية: وهي المتصلة بالسلوك الإنساني ومحدداته كالعادات والتقاليد، والسمات الشخصية.
- درجات التبني للأفكار المستحدثة: ويقسمها روجرز إلى خمسة أقسام هي:[3]

فئة المبتدعون للأفكار- فئة المتبنون الأوائل- فئة الغالبية المتقدمة- فئة الغالبية المتأخرة- المتلكئون.

- العوامل النفسية: وهي المتميزات والعوامل السيكولوجية ذات الدلالة والتي تؤثر على الاستجابة لعملية الاتصال [4]، ومنها ضعف الثقة بالنفس والشعور بالدونية، التعنت والقلق.
- انطباعات الجمهور عن الفكرة او القضية.

---

[1] سهام العاقل: مرجع سابق، ص 255 .

[2] وليام ماك غاير: مرجع سابق، ص ص 79 – 80 .

[3] سمير محمد حسن: الاعلام و الاتصال بالجماهير و الرأي العام، مرجع سابق، ص 231.

[4] افريت.م.روجرز: الأفكار المستحدثة و كيف تنشر، ترجمة: سامي ناشد، عالم الكتب، القاهرة، مصر، دط، 1991، ص 145.

●انطباعات الجمهور عن المصدر أو القائم بالاتصال، ففي العمليات الإعلامية لا يكفي معرفة اتجاه الفرد من الرسالة أو الموضوع دون معرفة اتجاهه من المصدر للوقوف على مستوى الاتساق.

●في الاتجاه بين الموضوع والمصدر، ولتأثير كل منها في الآخر وفي اتجاه الفرد ذاته [1] ،يقول ابن طباطبة" كفى من حظ البلاغة ألا يؤتى السمع من سوء إفهام الناطق، ولا يؤتى الناطق من سوء فهم السامع"[2]،فلكي تكون العملية الاتصالية ناجحة لا بد من أن يتوحد كل من المرسل والمتلقي في معنى الرسالة المتبادلة بينهما.

ولقد كان يعتمد على السمات العامة أو الأولوية(الخصائص الديموغرافية والمكانة الاجتماعية) لسهولة تصنيف الجمهور ضمنها وأخذها كمتغيرات يعتمد عليها في تفسير الاختلاف في السلوك الاتصالي ودرجة الاقتناع والتأثر بالرسالة الإعلامية.

إلا أنه ثبت أن السمات العامة وحدها غير كافية لتفسير سلوك الملتقين واتجاهاتهم نحو عناصر العملية الإعلامية، ولهذا يتم تصنيف الجمهور المتلقي حسب السمات الاجتماعية والفردية أيضا التي أصبحت مدخلا لتفسير هذا السلوك والاتجاهات [3].

فعلى القائم بعملية الإقناع أن يضع بعين الاعتبار:

●حاجات الفرد.

● الدوافع الاجتماعية للفرد.

●البيئة الاجتماعية التي يعيش فيا الفرد.

●وهناك كذلك العديد من المتغيرات المرتبطة بالجمهور، والتي تؤثر على المتغيرات الأخرى للعملية الإعلامية من ذلك:

●درجة إحترام الذات: فحسب دراسة ماك غاير في عام 1968، يفترض ان الأشخاص الذين عندهم درجة اكبر من احترام الذات يقاومون الإقناع بصفة أفضل لأنهم أكثر نقدا في وجه الحجج المقدمة وقد يتخذون موقفا متباينا [1]

---

[1] سمير محمد حسن: الاعلام و الاتصال بالجماهير و الرأي العام، مرجع سابق، ص 236.

[2] محمد عبد الحميد: دراسات الجمهور في بحوث الاعلام، عالم الكتب، القاهرة،مصر، ط1، 1993، ص29.

[3] صالح خليل أبو أصبع: مرجع سابق، ص 69.

غير أن الدراسات التي عالجت هذا المتغير أثبتت أن الأشخاص الذين عندهم درجة احترام الذات من المستوى المتوسط هم أكثر قابلية للإقناع من الأشخاص اللذين لهم درجة أدنى أو اعلي من احترام الذات [2].

- المستوى الثقافي: حيث ثبت حسب دراسة جون غازنوف"J.Gaznov" في كتابة" الاتصالات الجماهرية" ان المستوى الثقافي العالي يؤدي إلى إقناع أكثر سهولة بما أن المثقف لديه القدرة على التعلم اكبر من أولئك الذين لديهم مستوى أدنى، غير ان هذا التاثير لا يمكن تحقيقه في حالة التوجه إلى ذوي المستوى العالي من التعليم إلا إذا قدمت الرسالة حججا جيدة تخاطب العقل لا العاطفة [3]

- الفروق الفردية:فالأطفال قد يتأثرون بالترغيب أو الترهيب أكثر من غيرهم والنساء يختلفن عن الرجال في درجة تأثرهن وطريقة اقتناعهن، إذ يتاثرن بالعاطفة ووسائل الإقناع التوضيحية عكس الرجال فهم يميلون إلى استخدام العقل فيما يعرض عليهم،وكذلك الشباب هم الآخرون يختلفون من حيث القدرة على الإنصات والتحليل والرغبة والاستمرار في الاستماع وردود الفعل [4]

- الإلتزام براي أو موقف معين:فقد درس هوفلاند وأتباعه في سنة1957 وأثبتوا أن الشخص عندما يعبر عن رأيه فإنه يشعر بالالتزام نحو هذا الرأي ومن هنا يصعب إقناعه على تغيير رأيه إذا أعلن موقفه[5]

إذن يتضح لنا مما سبق أن الملتقى ليس مجرد أداة التقاط بل هو عالم قائم بذاته تتفاعل فيه قوى مؤثرة كثيرة،لهذا لابد من دراسة خصائص الجمهور المستهدف بدقة قبل التخطيط لأي رسالة إقناعية،إذ كما تميل وسائل الإعلام لاختبار جمهورها أساسا عن طريق المضمون،يميل الجمهور أيضا لاختيار الرسائل الإعلامية حسب المضمون الذي تقدمه،ونكتفي في الأخير بالتأكيد على الأمور الآتية:

يجب أن تتضمن الرسالة الإقناعية موضوعا ما،وأن تعالج الرسالة هذا الموضوع بأسلوب يتناسب مع خصوصية الموضوع، وكذا خصوصية الوسيلة التي تنقله، وخصوصية النوع الصحفي

المستخدم، وخصوصية الجمهور المستهدف، وأخيرا خصوصية الهدف المطلوب(إعلام،توعية،تحريض) [1].

---

[1] محمد عبد الحميد: دراسات الجمهور في بحوث الاعلام، مرجع سابق، ص 29.

[2] عامر مصباح: الاقناع الاجتماعي، خليفة النظرية و اليات العملية، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون،دط،2005، ص 24.
[3] وليام ماك غاير: مرجع سابق، ص 76.
[4] عبد الله العوشن: كيف تقنع الاخرين، دار العاصمة للنشر و التوزيع، الرياض، السعودية، ط3، 1996، ص ص 33 – 34.
[5] سهام العاقل: مرجع سابق، ص 257.

2- عوامل المخرج:

وهي المراحل المختلفة للاستجابات المتتالية التي ينبغي أن يمر بها الجمهور الملتقي لمعالجة المعلومات التي يتلقاها إذا أردنا أن يتحقق الأثر الإقناعي للاتصال.

وتعد مرحلة التعرض الانطلاقة الأولى لتحقيق الغرض الاقناعي ويعتبر تلقي الرسالة سيرورة معقدة تحتوي على اربع ظواهر مختلفة هي:

1-الانتباه: ويساهم في تحقيق عاملين: الاختبار(اختبار الجوانب التي يركز عليها الملتقى انتباهه) والكثافة(أي درجة الانتباه التي تختلف من شخص إلى آخر)[2]

2- الإدراك: وهي مرحلة المعرفة المبدئية للفكرة مع نقص في المعلومات، والإدراك لا تحقق نتيجة الاستجابة الحسية الخارجية وإنما نتيجة فك ترميز يخضع للإطار الثقافي الذي يستطيع وحده أن يعطي المعنى للرسالة المبثة [3].

3- الفهم: ويحدث عندما يتفق كل من المصدر والملتقى في معنى الرسالة.

4- التذكر: وهي المرحلة الأخيرة في سيرورة الاستقبال حسب الدراسات الكلاسيكية، بينما هناك نتائج تبين أن الرسائل ليست مقبولة بالضرورة بسبب تذكرها، بل قد توجد أحيانا علاقة سلبية بين درجات التذكر وتغير الاتجاهات أو السلوك، فرغم أن التعلم يعتبر شرطا ضروريا للاقتناع بمحتوى رسالة ما، فإنه ليس بالشرط الكافي لقبول اتجاه الرسالة [4].

- أما روجرز فيذكر لنا خمسة مراحل يمر بها المتلقي للوصول إلى المرحلة الاقتناع او السلوك الجديد وهي:

1- الشعور 2- الاهتمام 3- التقييم 4-المحاولة(التجريب) 5- التبني[5]

---

[1] أديب خضور: الاعلام و الأزمات، مركز الدراسات و البحوث، أكاديمية نايف للعلوم الأمنية، السعودية، ط1، 1999، ص 55.

[2] سهام العاقل: مرجع سابق، ص 258.

[3] محمد عبد الحميد: دراسات الجمهور في بحوث الاعلام، مرجع سابق، ص 114.

[4] سهام العاقل: مرجع سابق، ص 111.

[5] افريت.م.روجرز:مرجع سابق، ص 111.

- وهناك من يتوسع في مراحل الاستجابة بصفتها المخرجات الأساسية لعملية الاتصال الاقناعي في علاقتها بالسمات العامة والسمات الاجتماعية والفردية، ودرجات المشاركة في العملية [1]، وهذه المخرجات التي يقوم الباحث باختيارها هي:[2]

1-التعرض إلى الرسالة -2-متابعتها 3- حبها والاهتمام بها -4 فهمها(تعلم ماذا)

5-اكتساب التقنية(تعلم كيف) 6- الانسياق في الاستهواء 7- إدخال المحتوى في الذاكرة أو الاتفاق 8- بحث وإيجاد المعلومات 9- أخذ القرار على أساس نتائج البحث 10- السلوك بالتوافق مع القرار 11- تعزيز السلوكات المرغوبة 12- تعزيز فيما بعد السلوك.

إن هذه المراحل تكون محل دراسة البحث عند التخطيط للحملات الإعلامية للكشف عن اتجاه الفرد من موضوع الحملة، أو في مرحلة تقوم نتائج الحملة الفعلية وتحديد المرحلة السلوكية للأفراد في علاقتها بالسمات العامة والسمات الاجتماعية والفردية[3]

إن إثارة كل مرحلة من المراحل المذكورة هو ذو طابع شرطي للوصول إلى تغير السلوك وتحقيق الأثر ألإقناعي فالمرحلة الثانية والمتمثلة في متابعة الرسالة تتوقف على المرحلة الأولى أي التعرف على الرسالة، علما ان معظم حملات الرأي العام تتعرض لتناقص تأثير الحملة أثناء تنقل الملتقي من مرحلة التعرض للرسالة إلى غاية تغيير السلوك وفقا لما تمليه الرسالة،ولهذا لا نتوقع تغيرات مهمة في السلوك [4]، فمثلا إذا كان الهدف من الحملة هو الإطلاع على محتوى الاتصال والذي يأتي في المرحلة الرابعة فيجب ان تتحقق الاتصال في المراحل الثلاثة الاولى وبنسب عالية في المرحلة الأولى لكي نزيد من احتمال الوصول إلى المرحلة الرابعة وهكذا دواليك.

ان العملية الاعلامية الأمنية في الاقناع كما لاحظنا من خلال ما تطرقنا اليه ليست بسيطة دائما باعتبار انها عملية مخططة هادفة للتأثير في سلوك الأفراد عامة و السلوك الأمني خاصة و كذا السلوك المروري ان أردنا تخصصا أكثر في السلوك، و منه فان أي خطئ في هذه العملية قد يترتب عنه الفشل في الهدف المسطر، اذ أن أي عنصر من عناصر العملية له من الأهمية بمكان احداث الأثر الاقناعي المستهدف

---

[1] محمد عبد الحميد: دراسات الجمهور في بحوث الاعلام، مرجع سابق، ص 114.

[2] وليام ماك غاير: مرجع سابق، ص 104.

[3] محمد عبد الحميد: دراسات الجمهور في بحوث الاعلام، مرجع سابق، ص 114.

[4] وليام ماك غاير: مرجع سابق، ص 81.

و ذلك لأن العملية الاعلامية الأمنية عملية معقدة متداخلة العوامل فهي فن و استراتيجية يسهر عليها القائم بالاتصال – العلاقات العامة بالشرطة – لاحداث الأثر لدى الجمهور الخارجي بغية تعديل سلوكه الأمني و توعيته أمنيا.

ثالثا مرتكزات الاعلام الأمني بالجزائر:

يعتمد الاعلام الأمني في سبيل تحقيق أهدافه التثقيفية،التوجيهية، التوعوية و غيرها على مجموعة من الركائز و الأسس يجب أن تخضع لها المضامين الاعلامية الأمنية و العمل الاعلامي ككل.

يمكن تلخيص جملة هذه الركائز العامة للاعلام الأمني فيما ذكره الدكتور" **حمدي شعبان** " بداية بركيزة **النشر الصادق للحدث الأمني** القائم على فحص الحقائق و نقلها بشفافية، اضافة لركيزة **الاستخدام المتوازن و المناسب لوسائل الاعلام** نظرا لما تشير اليه الدراسات الاعلامية الى تباين هذه الوسائل في وزنها و درجة تأثيرها على الجمهور و بالتالي انتقاء تلك التي تتفق و طبيعة المضمون الأمني، و كذا **دعم العمل الأمني لتحقيق أمن المجتمع** كركيزة أخرى تمثل الغاية الأساسية للاعلام الأمني الهادف لاشاعة الأمن و توعية الجماهير لتأتي أهم هذه الركائز في **العمل على تحسين الصورة الذهنية لأجهزة الأمن في المجتمع** بما يخلق الثقة و يوطد روابط التعاون بين الجماهير و أجهزة الأمن[1] .

رغم أهمية هذه الركيزة الهادفة لتلميع الصورة الذهنية لرجل الأمن لدى المواطن الا انها تصطدم باشكالية حقيقية وواقعية تعرف باشكالية: "الشرطة و المواطن" – سنأتي للتفصيل فيها في الفصل الموالي – كون رجل الشرطة في نظر المواطن للأسف ليس الا تجسيدا لسلطة الدولة و ما هو سوى عصا غليظة للقانون قصد الحد من حرية المواطن ، و في ظل هذه الاشكالية لنا أن نتساءل: **الا أي مدى يمكن للقانون أن يتدخل لتنظيم حرية المواطن المطلقة ؟ .**

كيف له أن يكبح تجاوزات نشاط بعض الأفراد من الجريمة و الانحراف و سوء سلوكهم المروري دون المساس بحق و حرية المجتمع و أفراده من ناحية و الوصول الى انجاز تلك الوظيفة على أكمل وجه من ناحية أخرى ؟، هنا تحديدا يتطلب الموقف وسيطا فعالا له من الكفاءة أن يمثل همزة وصل بين طرفي هذه المعادلة الصعبة، فيجعل سيرورة القانون مرنة و الامتثال و الانصياع لأوامره و نواهيه أمرا ليس بالمستحيل من جهة، و يكسب ثقة المواطن باقناعه بمدى جدوى القوانين في حفظ أمنه و استقراره من جهة أخرى، انه الاعلام الأمني هو فقط من يملك القدرة على التأثير في الأفراد و تغيير اتجاهاتهم و حتى سلوكاتهم، الا أنه منه و كما يعتمد على ركائز سبقت الاشارة اليها، فانه يتعين عليه في كل مجتمع كذلك أن يحتكم الى مرتكزات اجتماعية و أخرى ثقافية،و أخلاقية أيضا يتخذها كمرجعية يستمد منها شرعية في أداء واجبه في تنوير الرأي العام، غير أن التشريعات و القوانين تمثل أقوى مرتكزات الاعلام الأمني باعتبارها الأقدر الى تقوية و تعزيز الرسالة الاعلامية ذلك لأن التشريعات تعتبر عن قيام سلطة الدولة بسن قوانين جبرية

---

[1] حمدي محمد شعبان: الاعلام الأمني و ادارة الازمات و الكوارث، مرجع سابق، ص 63.

مكتوبة تنظم المجتمعو تتضمن بدورها القانون هذا الذي يرد بكل معانيه الى القوة والجبر باعتباره مجموعة قواعد تنظم المجتمع بأحكام ملزمة [1].

يتضح من هنا العلاقة التبادلية النفعية بين القانون و الاعلام، فالاعلام يمثل جسرا ينفذ من خلاله القانون ليصل الى الأفراد في شكل يحقق له القبول و التنفيذ و يضمن له كبح التجاوزات غير السوية، كذلك تمثل القاعدة القانونية مرجعية و مرتكزا يحتكم اليه الاعلام لتحقيق الأثر المرغوب في سلوك متلقي الرسالة الاعلامية.

1- التشريعات و القوانين: تمثل التشريعات و القوانين اذن احدى أهم مرتكزات الاعلام الأمني و نظرا لاتساع قاعدة التشريعات و القوانين حبذا لو حصرنا مجالها في مجال السلوك الأمني المروري للأفراد كأحد مجالات السلوك التي تعمل التشريعات و القوانين على تنظيمها، باعتبار أننا اتخذنا من الأمن المروري نموذجا لدراستنا فسيكون أفيد لنا لو حاولنا التخصص أكثر لمعرفة دور القانون أو التشريعات الصادرة عن الجهات الفاعلة في الدولة أو تحديدا الأطراف المعنية بالسلامة المروري كأحد مرتكزات الاعلام الأمني المروري من أجل تنظيم سلوك السائقين عبر الطرقات قصد تحسين مستوى الأمن المروري عموما.

أ/ التشريعات:

أولا تشريع وزارة النقل:تاتي وزارة النقل على رأس الهيئات والمؤسسات والأطراف التي لها دور فعال في تنظيم وتحسين النقل، فهي المخولة قانونيا بالسهر على تحقيق الامن وتوفير مختلف حاجيات الأفراد في مجال النقل [2]

تؤدي وزارة النقل عدة مهام نذكر منها:

* تأسيس المركز الوطني للوقاية والأمن عبر الطرق.

* تأسيس المركز الوطني للدراسة والبحث في التفتيش التقني للسيارات.

* القيام بعدة حملات وطنية في مجال التوعية والوقاية المرورية.

---

[1] عصمت عدلي: المدخل الى التشريعات الاعلامية ، مرجع سابق، ص ص 15- 29.

[2] مقابلة مع مراد عجيمي:المركز الوطني للوقاية و الأمن عبر الطرق، 11 فيفري 2007، سا 10 .

لكن تبقى المهمة الأساسية لوزارة النقل متمثلة في تشريع قوانين المرور و تحسين نصوص هذه القوانين لحفظ أمن المواطن [1]

وتأكيدا على دور الحكومة في معالجة مشكل المرور يقول الرئيس عبد العزيز بوتفليقة"... وفي هذا الإطار يتعين على الحكومة ان تتولى مراجعة العدة القانونية والمعيارية لضمان شروط فعالية اكبر للوقاية والزجر..."[2]

ثانيا تشريع الجهاز الأمني:

تضبط حركة المرور انطلاقا من جانبين، الأول هو الجانب التشريعي المتمثل في القوانين والإجراءات والثاني جانب ردعي رقابي يقوم به الجهاز الأمني عملا على رفض تطبيق القانون "فالقوة دون قانون، والقانون دون قوة كلاهما ذريعة للتعسف"

والأطراف المعنية في هذا الجهاز الأمني هي الدرك والشرطة أما الحماية المدنية فدورها يأتي في المرحلة الوقائية الثانية [3].

إن العمل الشرطي لم يعد مقتصرا على النشاط التقليدي الموجه إلى الفئة القليلة من الخارجين عن القانون ومخالفيه،فإدارة الشرطة تطورت وأصبحت منظمة خاصة ذات أهداف وتمارس أنواعا متعددة من النشاط الهادف إلى الخدمة أعداد متزايدة من المواطنين ورعاية مصالحهم [4].

ففي الجزائر ولضمان حركة المرور والتنقل الآمن للأشخاص والبضائع عمدت المديرية العامة للأمن الوطني إلى إنشاء المديرية الفرعية للوقاية وأمن المرور المتفرعة عن مديرية الأمن العمومي المتكلفة بمهمة التوعية والوقاية والردع، وقد تم إنشاء هذه المديرية الفرعية طبقا للمرسوم رقم-72 المؤرخ في 18 أكتوبر 1992 وهي تتكون من ثلاثة مكاتب هي:

---

[1] نشرة الأخبار: التلفزيون الجزائري، القناة الأرضية، (23 ديسمبر 2010)، سا 20.

[2] من خطاب الرئيس عبد العزيز بوتفليقة: بمناسبة الملتقى الوطني حول الوقاية من حوادث المرور 2004، " مجلة حول احصاءات حوادث المرور الجسمانية في الجزائر " المركز الوطني للوقاية و الأمن عبر الطرق، عدد خاص 2004، ص 4.

[3] " الوقاية خير من العلاج " مجحلة الوقاية و السياقة، ع1، ص ص 28، 29.

[4] مركز الدراسات و البحوث: المسؤولية الأمنية للمرافق في الدول العربية، دار النشر بالمركز العربي للدراسات الأمنية و التدريب، الرياض، السعودية، دط، 1986، ص 357.

– مكتب الوقاية المرورية: المتكلف أساسا بترقية عمليات الوقاية والمرور، والمشاركة في حملات الوقاية المرورية واستغلال الطرق والمناهج المستعملة في الدول المتقدمة.

– مكتب المرور:الذي يعني باحترام التشريعات و نصوص القوانين والنظم في مجال حركة المرور، النقل الخاص،نقل الأموال وكذا إعداد التقارير المتعلقة بإحصائيات حوادث المرور وتقييم العمليات الردعية وإعداد الدراسات والبحوث التي تهدف إلى تحسين حركة المرور.

– المكتب التقني: يتكفل بإعداد الدراسات حول تجهيزات أمن المرور ووسائل المراقبة الخاصة كأجهزة الرادار،كما يقوم بإنجاز الدعائم التربوية والسمعية البصرية وإجراء البحوث في إطار تحسين التجهيزات [1].

الا أن دور الجهاز الأمني لا ينحصر في الجانب الردعي العقابي فحسب كما أشرنا بل يتعداه الى ما يسبق الردع و العقاب ألا و هو مهمة **التشريع**، و نأتي الى ذكره ضمن سلسلة المهام التي يقوم بها الجهاز الأمني .

و عموما يتمثل دور الجهاز الأمني في ما يلي:

* التشريع: يقوم بدور مهم في مجال التشريع من خلال إشتراكه في وضع كافة التشريعات والقوانين والأنظمة التي تهدف إلى ضبط وتنظيم النقل والمرور على الطريق ووضع القواعد المرورية السليمة التي تحفظ حق المجتمع وتسهم في السلامة المرورية [2].

* الرقابة والتنفيذ:حيث يقوم بها من خلال عدد من الإدارات المختصة وهي:إدارة ترخيص السائقين والمركبات،إدارة المرور وإدارة الدوريات الخارجية، وتتلخص هذه الواجبات في تنظيم المرور، ضبط مخالفات التشريعات و نصوصها القانونية، تنظيم المخططات الحوادث ومنح التراخيص من خلال عملية فحص المركبات.

* الإجراءات الهندسية والفنية: التي تتم بالتعاون والتنسيق مع الجهات الأخرى ذات العلاقة في هذا المجال تتمثل أهم هذه الاجراءات في تحديد أماكن التقاطعات الخطيرة اتجاهات السير ووضع الإشارات المرورية اللازمة لها [3]

---

[1] شنيتي حفيظة :" المديرية الفرعية للوقاية و أمن الطرق عزم على تطبيق القانون و محاولة لتقليص جرائم المرور"، مجلة الشرطة، ع 75، (فيفري 2005)، ص 31.

[2] يوسف محمد عبده: " حجم مشكلة المرور في الأردن " ، في أساليب ووسائل الحد من حوادث المرور، مرجع سابق، ص 114.

[3] المرجع نفسه، ص ص 115، 117.

* التوعية والثقافة والتعليم المروري: من خلال مباشرة عمل إعلامي اتجاه المواطن،بهدف إظهار حضور سلطة الدولة وكذا المساهمة مع المؤسسات الإعلامية(صحافة مكتوبة،سمعية وسمعية بصرية) في النشاطات الوقائية التعليمية [1].

إن كل هذه المهمات تتطلب من رجل الأمن معرفة عميقة للوائح و التشريعات التي تحكم المرور من جهة ومن جهة أخرى تتطلب من رجل الأمن أن يكون على علم تام بهذه القوانين وعاملا بها.

ثالثا تشريع المركز الوطني للوقاية و الأمن عبر الطرق:

ان تفاقم مشكلة حوادث المرور في الجزائر تبعث على القلق و تدفع لمضاعفة الجهود للتقليل منها حيث تسعى السلطات العمومية على توفير شروط الأمن لمستعملي الطريق اذ تم انشاء هيئة اللجنة الوطنية لأمن الطرق للقيام بمهمة تنظيم عملية الوقاية والتنسيق بين مختلف المصالح المعنية، غير أنها لم تفلح في ذلك فنص قانون تنظيم حركة المرور عبر الطرق وسلامتها وأمنها الصادر في 10 فيفري1987 في المادة 24 على إنشاء مركز وطني ولجان وطنية للوقاية والأمن عبر الطرق ولم يتم بدء عمله التنظيمي التشريعي بصفة رسمية إلا بعد تدشينه في 20 أفريل 1998 [2].

وتتمثل إستراتيجية المركز في أربع محاور أساسية هي:[3]

* الإنسان : باعتباره العنصر العاقل في حلقة المرور، فتعمل على توعيته.

* المحيط:وذلك بالتعاون مع وزارة الأشغال العمومية من خلال التركيز على النقاط السوداء، كما يشترك مع وزارة النقل في تركيز دراساته على المركبات وشروط إجراءات المراقبة التقنية للمركبات.

* الدراسات والبحوث: من خلال الملتقيات، الدراسات الميدانية، تشجيع بعض البحوث العلمية التي تقوم بها الجامعات وكذا اشتراك واستشارة كل الأطراف المعنية بالمرور مثل مصالح الأمن والجمعيات التي تشتغل في المجال.

---

[1] فتيحة بن عباس: مرجع سابق، ص 197.

[2] الهاشمي بوطالبي: " مهام المركز الوطني للوقاية و الأمن عبر الطرق و استراتيجيته في عملية الوقاية "، مجلة الوقاية و السياقة، ع1، 2000، ص 33.

[3] " المحاور الأساسية للسياسة الوطنية للوقاية من حوادث المرور ": وثائق مأخوذة عن المركز الوطني للوقاية و الأمن عبر الطرق.

* **التنظيم والتشريع**: حيث تمثل تشريعات المركز الوطني للوقاية و الأمن عبر الطرق جوهر استراتيجية هذا المركز الهادفة لتوعية المواطن بمتطلبات السلامة المرورية و مختلف التشريعات المتعلقة بأمن الطرق و شروط الاستخدام السليم لها، إذ يشترك مع وزارة النقل في دورها التشريعي من اجل تحسين النصوص التشريعية تبعا للنتائج المحصل عليها من الميدان ومن الدراسات والبحوث[1]

و منه تمثل النصوص التشريعية لهذا المركز أحد المرتكزات التي يستند و يحتكم اليها الاعلام الأمني المروري في رسائله الأمنية.

ب/ القوانين:

قانون المرور:

بعد 14 سنة من العمل بقانون 09/87، طرأت على المجتمع الجزائري أوضاع و تغييرات مست جميع المجالات خاصة ميدان المرور وامن الطرق،فالارتفاع المذهل في حوادث المرور أكد أن الإجراءات المتخذة للوقاية في هذه الآفة لم تعد قادرة على إحتواء هذه الظاهرة أو التحكم فيها،ليأتي بذلك قانون 14/01 الصادر في أوت 2001 لتدعيم وسائل وأساليب الوقاية من حوادث المرور [2].

إن المتصفح لهذا القانون يلاحظ انه جاء بعدة إجراءات للتعديل أسست على ثلاث محاور أساسية تعد العوامل الرئيسية في وقوع حوادث المرور تتمثل في: الإنسان، الطريق والمركبة.[3]

بالنسبة للإنسان،فإن هذا القانون قد رفع الغرامات الجزافية لكل المخالفات،لان الغرامات المنصوص عليها في القانون القديم لم تعد توازي التطور الاقتصادي،إضافة إلى إدخال مواد جديدة تماشيا مع التطور الحاصل في المجتمع الجزائري كمنع استعمال الهاتف المحمول أثناء السياقة.

لذلك كان من الضروري اتخاذ إجراءات أخرى لتدعيم آليات تطبيق قانون المرور رقم14/01 وذلك باقتراح تعديل جديد لهذا القانون وهو ما جاء في قانون رقم 04/16 الصادر في نوفمبر 2004 [4]

---

[1] - Revus « la securite routiere » : editor de l'institut belge pour la securite routiere.n : special. 1993.p57.

[2] فاطمة خلاف : " قانون المرور " ، مجلة الوقاية و السياقة، ع2، 2001، ص 48.

[3] المرجع نفسه، ص 49.

[4] الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية: قانون المرور رقم 16/04، الجريدة الرسمية، ع 72، (13 نوفمبر2004)، المادة 9، ص 3.

و من أهم محاوره: تحسين منظومة تحصيل الغرامات الجزافية بجعلها فورية وفي عين المكان او سحب الوثائق مع إعطاء وصل مؤقت وهذا لإجبار المخالف على دفع الغرامة الجزافية، العمل بنظام رخصة السياقة بالتنقيط إجبارية الرقابة التقنية الدورية للمركبات، الا أن قانون سنة 2004 لم يطل عليه الأمد حتى تلاه قانون اخر سنة 2009 باعتبارها و على حد قول الكثيرين هي السنة الأكثر دموية من حيث حوادث المرور في الجزائر ليكون أكثر صرامة من حيث التشديد في العقوبات الخاصة بمخالفة قواعد السير الحسن عن كل القوانين السابقة خاصة فيما يتعلق بعقوبة ارتكاب جريمة القتل الخطأ بواسطة مركبة تابعة لأصناف الوزن الثقيل في حالة سكر أو تحت تأثير مواد أو أعشاب تدخل ضمن أصناف المخدرات بعقوبة الحبس من 5 سنوات الى 10 سنوات اضافة الى غرامة مالية [1]

2- المرتكزات الثقافية: تعتبر التشريعات و القوانين من أهم مرتكزات الاعلام الأمني بالجزائر، الا أن المرتكزات الثقافية كذلك لها من الأهمية ما يفرض علينا الوقوف عندها، فليست التشريعات وحدها من تمتلك سمة القوة و النفوذ بل لعوامل الثقافة و التربية و التعليم من القوة ما لا يستطيع للقانون وحده أن يحققه اذا ما خلت أرضيته من مبادئ متأصلة مسبقا لدى الأفراد و من معايير سلوكية تعتبر بمثابة قابلية للامتثال للقانون اذ لا يمكن لا للقانون أن تكون أحكامه سارية و لا حتى للاعلام الأمني أن تكون رسائله فاعلة الا في اطار نظام سلوكي مسبق للأفراد و مبادئ تحكمهم و تنظم سلوكياتهم و منه يمكن للاعلام الهادف للتوعية الأمنية أن يرتكز عليها حتى يؤدي رسالته، و في مجال الأمن المروري دوما كنموذج لدراستنا يمكن لنا أن ندرج بعض الأطراف الفاعلة في تنظيم السلوك المروري للأفراد كأحد مرتكزات الاعلام الأمني – المروري – .

أولا دور مؤسسات التعليم و التربية:

[1] الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية:أمر رقم 09- 03 ، الجريدة الرسمية، ع 45، (29 يوليو 2009)، المادة 68، ص 9.

تعمل التربية على إرساء قواعد السلوك الاجتماعية من خلال تعريف النشء والشباب بالقانون، وغرس قيم المسؤولية الاجتماعية، وتنمية روح النظام، ونشر آداب السلوك،وجميعها أساليب تربوية لضبط السلوك الاجتماعي.[1]

إن التربية المرورية التي يتلقاها الأطفال في المدارس، وفي سن مبكرة هي العقيدة التي تكبر في صدورهم مع مرور السنين،ولذلك توليها المجتمعات المتطورة أهمية بالغة وتدرجها في مناهجها التربوية وبرامجها الدراسية، بحيث تجعلها مادة أساسية في مناهج التربية والتعليم،وتحدد مواضيع لكل طور بما يتناسب مع أعمار الأطفال وقدراتهم العقلية وميولاتهم النفسية لأجل تحقيق الأهداف التالية:

* اكتساب المهارات العقلية اللازمة لضمان سلامة استخدام الطريق والمركبة.

* اكتساب الحقائق والمعلومات الخاصة بسلامة استخدام الطريق والمركبة.

* اكتساب اتجاهات وقيم ايجابية تخص سلامة استخدام الطريق والمركبة.

لقد احتلت الدراسات التي تناولت التعامل مع ضحايا الحوادث أو الجرائم مكانة مهمة رغم حداثتها في العلوم الاجتماعية والنفسية، ومن هذه الدراسات الدراسية التي قام بها كروز(CROOS) من عام1991–1995 حيث أوضحت أن أكثر ضحايا الطرق هم الأطفال،واقتراح أن يتم تدريس السرعة والبعد والزمن للتلاميذ[2] حيث ان سيكولوجيا الطفل مختلفة عن عالم الكبار، فالطفل مثلا يخلط بين أن" يرى"وان" يروه" فهو يعتقد أنه إذا رأى هو المركبة فإن السائق المركبة حتما يراه،كما ان الطفل لا يقوى على تحديد مصدر الأصوات ويعطي الأهمية لنداء صديق له من الجانب الآخر للطريق على محرك سيارة آتية نحوه[3]،ولهذا فعلى المدرسة أن تبعد الطفل من عواقب حوادث المرور من خلال عملية التربية والتدريب.

إلا ان الجزائر لم تنتبه إلى أهمية هذا العامل إلا مؤخرا مع ارتفاع نسبة الوفيات من الأطفال والشباب جراء حوادث المرور،بحيث تشكل فئة الأطفال نسبة21% من مجموع قتلى حوادث المرور في حين تشكل

---

[1] محمد محسن عمايرة: أصول التربية التاريخية و الاجتماعية و النفسية و الفلسفية، دار الميسرة للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، ط2، 2000، ص 291.

[2] محمد مرسي محمد: " الحوادث المرورية و تأثيراتها النفسية و الصحية على الأطفال " ،مجلة الأمن و الحياة، ع 286، (أفريل 2006)، ص28.

[3] صوالحي ربيعة: "الطفل و المرور"، مجلة السياقة، ع2، 2001، ص 32.

فئة الشباب29 %من هذه النسبة وهذا حسب الإحصائيات2003 [1] ، لقد أصبحت الحكومة الجزائرية تسعى جاهدة لتطوير أساليب تعاليم مادة التربية المرورية بالمدارس، فالمشرع الجزائري إدراكا منه لقيمة هذه المادة تنص في قانون المرور لعام1987 على وجوب إدراج مادة التربية المرورية في مناهج التربية والتعليم ثم أكد على ذلك في قانون المرور الصادر في اوت2001 ولكنه لحد الآن لم يوجد التجسيد الفعلي على ارض الواقع وظل تدريسها يتم بحسب المناسبات ويخضع عموما للاجتهادات الفردية للمعلمين[2] ، إن تحقيق الأمر يتطلب وقتا طويلا وإمكانيات مادية معتبرة،وإن كان تفاقم ظاهرة حوادث المرور من سنة لأخرى يستوجب الشروع في تنفيذ هذا البرنامج بجدية وتدريجيا حتى تتكامل عوامل الوقاية المختلفة.

لكن عملية التربية المرورية على وجه الخصوص هي في الواقع ليست مسؤولية المدرسة فحسب،بل هي في الأساس مسؤولية الأسرة،إذ يرى كلا وسن"Klawsen" أن التنشئة الاجتماعية تحتوي على عمليات التي يتم بها دمج الطفل في الإطار العام لأسرته ومجتمعه مما يساعده فيما بعد على أداء واجبه اتجاه الأسرة والمجتمع بكفاءة.[3]

فالطفل ينتقي من المجتمع الذي يعيش فيه مثيرات معنية يستجيب لها استجابات نمطية بحيث إذا ظهرت فإن الاستجابة التي تعلمها تكون رد الفعل المباشر لهذه المؤثرات، ومعنى هذا أن الطفل يمر بعملية يكتسب نتيجة لها استجابات سلوكية مختلفة يواجه بها مواقف الحياة المختلفة مثل رؤية الطفل لشيخ ضرير يرغب في اجتياز الشارع وموقف الطفل إزاء هذا الموقف.

ثانيا دور مدارس تعليم السياقة:

نتساءل في البداية إذا ما كان جميع من يقود مركبة له رخصة السياقة؟

ثم هل كل من يحمل رخصة سياقة هو مؤهل لقيادة مركبته؟

---

[1] وثائق مأخوذة عن المركز الوطني للوقاية و الأمن عبر الطرق.

[2] الهاشمي بوطالبي: " التربية المرورية " ، مجلة الوقاية و السياقة، ع3، 2002، ص ص 2- 3.

[3] مايسة أحمد النيال: التنشئة الاجتماعية – مبحث علم النفس الاجتماعي – دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، مصر، دط، 2002، ص 27.

لقد عرفت الجزائر نظام تعليم السياقة منذ البواكر الأولى للاستقلال وشهدت تحولات شتى في نظام التعليم ككل [1]، ومن المفترض أن كل سائق له رخصة سياقة موافقة لنوع المركبة التي يقودها بحسب ما تنص عليه المادة 08 من قانون المرور رقم14 /01، هذه الرخصة التي تسلم من طرف

مدارس التعليم السياقة بعد إمضاء الوالي أو من ينوب عنه وذلك بعد اجتياز المترشح بنجاح في الامتحانات التطبيقية والنظرية الخاصة بسياقة المركبة.[2]

وتهدف مدارس التعليم السياقة إلى :- تحسين المعارف(هدف إدراكي)

- تحسين المواقف(هدف عاطفي)
- تحسين المهارات(هدف حركي نفسي).[3]

لكن الواقع يثبت أنه ليس كل من يحمل رخصة السياقة هو مؤهل للقيادة بل ان القاعدة العامة أصبحت تقول أن الرخصة السياقة تباع في الجزائر كما يباع الدواء في الصيدليات فبعض المدارس تطلب من المترشحين رشوة للحصول على شهادة السياقة وإن كان الطلب يقدم بلغة ضمنية غير صريحة، ويجب الإقرار بأن الذين يدفعون الرشاوي للحصول على رخصة سياقة تتفاوت أحوالهم بين قاصد ومضطر وذلك تفاديا لزيادة المصاريف التي تنجز عن عراقيل التي توضع في طريقهم وفي أثناء الاختبارات من جهة واختصارات للوقت من جهة أخرى.[4]

إن كل ما يهم الممتحن هو استفاء ملف المترشح لشروط إجراء الامتحان فهو لا يمتحن لتتعلم ويختبر قدراته في السياقة بل يمتحن لينال رخصة السياقة فحسب.[5]

إننا إذا تعمقنا في المشكلة نجد ان معظم المدارس بالجزائر صغيرة ولا تبحث على التوسيع، وهي في الغالب تابعة لاشخاص غير محترفين وبوسائل غير كافية(مركبات في حالة سيئة) ونجد ان المكون معزول لا يمكن له التواصل مع زملائه حيث يعتبرون منافسيه.

---

[1] هيئة التحرير: "مدارس تعليم السياقة في الجزائر"، مجلة الشرطة، ع 43، (جانفي 1990)، ص 23.
[2] برنامج مع السلامة: الاذاعة الوطنية، القناة الأولى، (26 ديسمبر 2005)، سا 15.
[3] لزهر بن عيسى: " الأمن المروري و تكوين السواق "، مجلة الوقاية و السياقة، ع3، 2002، ص 68.
[4] جريدة الشروق: الجزائر، ع 580، (20 أكتوبر 2003)، ص12 .
[5] هيئة التحرير : "مدارس السياقة في الجزائر"، مرجع سابق، ص 26.

ومن أجل تفعيل دور مدارس تعليم السياقة في تحقيق الأمن المروري يسعى المركز الوطني للأمن والوقاية عبر الطرق إلى اقتراح عدة نقاط حدثنا عنها مراد عجيمي وهي:[1]

- مراجعة المنظومة التكوين من حيث البرامج والمضامين.

- تاطير المدارس السياقة وتحديد المناهج والوسائل وتطوير النظام الامتحانات، إذ يجب ان تتوفر في مدارس تعليم السياقة مقاييس المدرسة من قسم مجهز بوسائل تكوينية ووسائل بيداغوجية.

- إعادة النظر في مفهوم تكوين السائقين، ومراجعة السياسة الوطنية لمنح الاعتماد لمدارس تعليم السياقة،أي انه ليس كل إنسان يستطيع ان يكون له مدرسة سياقة بل يشترط فيه ان يكون له شهادة جامعية لان مهنة السياقة لم تعد حرفة بسيطة،بل اصبحت مهنة علمية لأن حركة المرور في تطور وتقنية السيارة في تطور، وسيأتي وقت يصبح فيه الذي يجهل الإعلام الآلي لا يستطيع قيادة سيارة- على راي عجيمي مراد-

- وعن كيفية إجراءات الإمتحانات ومنح رخص السياقة والدعوة إلى ضرورة إنشاء مركز وطني لرخص السياقة،وقد صدر المرسوم التنفيذي الذي يحدد المهام وتنظيم هذا المركز الذي سيتكفل بكل ما يتعلق برخص السياقة سواء تعلق الامر بنظام الامتحانات أو التكوين أو التعليم او البرامج والمناهج او حتى شكل الرخصة ونوعها.

- إعادة النظر فيما يخص الممتحنين ومدة التكوين والفحوص الطبية.

- التركيز مستقلا في عملية التكوين على عنصر التوعية المرورية للممتحنين وتوجيههم إلى كافة الوقاية من حوادث المرور

ويقترح محمد العزوني أن تحمل رخصة السياقة اسم الممتحن وكذا اسم الطبيب اللذين سلما على التوالي رخصة السياقة والشهادة الطبية وهذا لتحديد المسؤولية والكشف عن المخالفين للقانون والمتلاعبين بمصائر الناس، كما يرى ضرورة المتابعة الطبية المستمرة للسائقين، فالشخص يكون في صحة جيدة في فترة شبابه، وبمرور الوقت قد يصاب بأمراض كضعف البصر وضغط الدم.[2]

---

[1] مقابلة مع محمد العزوني: مرجع سابق.

[2] محمد العزوني: مرجع سابق.

إنه إذا توفرت كل المعطيات الموضوعية لقيام مدرسة نموذجية فإنه حتما نصل إلى بناء شخصية السائق ذي الكفاءة الفنية وذي القدرات العقلية في استيعاب قانون المرور واحترامه.

يتضح من خلال عرضنا لدور مؤسسات التربية و التعليم و كذا مدارس السياقة من أهمية في ارساء قواعد و ضوابط السلامة المرورية من هنا كذلك مدى أهمية هذا المرتكز الثقافي الذي تمثل في الدور التوعوي التحسيسي للمدارس بالنسبة للاعلام الأمني المروري قصد تحقيق أقصى قدر يتسنى من توعية المواطنين مروريا.

3- المرتكزات الاجتماعية: اضافة الى دور مؤسسات التربية و مدارس التعليم كأحد مرتكزات الاعلام الأمني المروري، لابد أن لا نغفل عن الدور الذي يمكن أن يؤديه المجتمع المدني في خدمة أمن واستقرار المجتمع و لنا أن نتصور بذلك دوره في توعية الأفراد مروريا ليمثل بذلك أحد أهم مرتكزات الاعلام الأمني في الجزائر.

أولا الحركة الجمعوية:

تعد الحركة الجمعوية قوة ايجابية في خدمة المجتمع بحيث تعد حلقة تواصل بين المؤسسات الرسمية وممثلي المجتمع المدني، وقد ارتفعت الحركة الجمعوية في المجتمعات المتطورة من خلال برامج عمل دقيقة خاصة في مجال المحافظة على البيئة ومكافحة الفقر وكذا حقوق الطفل.[1]

لكن بالرغم من وجود نصوص قانونية تسمح للمواطن بإنشاء جمعيات في مختلف المجالات إلا اننا في الجزائر نلاحظ نقصا كبيرا في الجمعيات المختصة في التوعية من حوادث المرور، بل تكاد تنعدم،حيث توجد جمعية وحيدة مهتمة بمجال التوعية المرورية هي الجمعية الوطنية للوقاية المرورية" طريق السلامة" التي يترأسها محمد العزوني، بالاضافة إلى بعض جمعيات أولياء التلاميذ التي تساهم في مجال التوعية والوقاية المرورية.[2]

وانطلاقا من اهمية الجمعيات في المجتمع يمكن تصور دورها في التوعية المرورية من خلال ضبط مخطط وطني دائم يهدف إلى تحسيس وتوعية المواطنين بجميع فئاتهم وتشارك في بلورته وتطبيقه إلى جانب أجهزة الدولة المختلفة، ومن بين ما يتضمنه المخطط:[3]

-عروض للأشرطة حول حوادث المرور وبتعاليق وأراء متنوعة.

---

[1] مجلة: " الملتقى الوطني حول دور الجمعيات في التوعية للوقاية من حوادث المرور" ،المركز الوطني للوقاية و الأمن عبر الطرق، الجزائر، عدد خاص ،(30 جويلية 2002)، ص 7.

[2] مقابلة مع محمد العزوني: مرجع سابق.

[3] مجلة " الملتقى الوطني حول دور الجمعيات في التوعية للوقاية من حوادث المرور"، مرجع سابق، ص 2.

- محاضرات مدعمة بصور ومتبوعة بمناقشات.

- موائد مستديرة عبر وسائل الإعلام الوطنية والمحلية.

وفي حوارنا مع محمد العزوني عن دور جمعية" طريق السلامة التي يترأسها أجابنا بأن نشاطها لا يزال محتشما لنقص ثقافة العمل الجمعوي وقلة ميزانيتها" ففي فرنسا هناك 500 ألف مشترك في جمعية الوقاية من الحوادث المرور ويقومون بدفع اشتراكاتهم بصفة منتظمة،مما يسمح للجمعية من تنظيم حملات تحسيسية بمخاطر الطريق"، أما في الجزائر فالكل مرتبط عندنا بالفائدة ولا يوجد شيء اسمه التطوع.

إن للجمعية عدة مكاتب منها مكتب سطيف، ومكتب في قسنطينة، ومكتب بزرالدة، كما ان للجمعية عدة إنجازات منها:[1]

- تنشيط العديد من الساعات البث الإذاعي.
- تقديم نصائح صباحية يومية في مختلف القنوات الإذاعية.
- تنشيط وانجاز العديد من الحصص المتلفزة.
- قيام الأعضاء البارزين بإلقاء محاضرات وتنشيط لقاءات في المدارس والثانويات.
- تأسيس عدة حظائر لسيارات الأطفال للمساهمة في التربية المرورية للجيل الصاعد وهذا من أجل إرساء قواعد المتينة في بناء مجتمع متحضر وبتعبير محمد العزوني" فالكبير يعرف واجباته أما الطفل فهو إنسان معوق"، وأول حظيرة للتربية المرورية أنشأها العزوني في الثمانيات سطيف،وتأكيدا على دور الحركة الجمعوية فإن جون ايبر هارد"J.Eberhard "أحد المسؤولين في الإدارة العامة لسلامة المرور في وزارة النقل الأمريكية يقول أن معظم الدراسات التي أجريت اوحت إليهم بان البرامج التربوية والإعلامية محدودة التأثير إذا ما قورنت بالجهود التي قامت بها جمعيات مثل جمعية الأمهات ضد القيادة تحت تأثير الكحول(SADD).[2]

[1] مقابلة مع محمد العزوني، مرجع سابق.

[2] خالد السيف و اخرون: مرجع سابق، ص 36.

وهو الشيء الذي أكده رئيس الجمهورية السيد : "عبد العزيز بوتفليقة" بمناسبة الملتقى الوطني حول الوقاية من حوادث المرور المنعقد بجامعة سعد دحلب بالبليدة يومي 19و18ماي 2004 حول أهمية دور الحركة الجمعوية للتخفيف من حدة حوادث المرور . حيث قال:

" إن التصدي لآفة حوادث المرور ينبغي من الآن فصاعدا أن تشكل كفاحا حقيقيا وبلا انقطاع وأن النضال في هذا الشأن ستتم مباشرته في إطار إستراتيجية وطنية تكتسي طابع الوطنية و الديمومة وتقحم ضمنها ليست مختلف المستويات المؤسساتية فحسب بل كذلك المجتمع المدني والحركة الجمعوية . و الإستراتيجية هذه التي ستوفر الشروط و الوسائل الضرورية لبسط سياسة فعالة للتقليص من حوادث المرور والتخفيف من خطرها لا يمكنها أن تكفي بمسعى قمعي يقتصر على تدخل قوات الأمن وكفى. بل يتعين على الحكومة أن تتولى مراجعة العدة القانونية و المعيارية لضمان شروط فعالة أكثر للوقاية والزجر ، فيما يخص إحترام قواعد المرور ضد أولئك الذين يعرضون حياة الآخرين للخطر " .[1]

ثانيا المصادر الإسلامية للوعي المروري:

لقد ذكر الله سبحانه وتعالى جميع أنواع وسائط النقل في آية قرآنية قليلة الكلمات غريزة المعاني،قال تعالي:" والخيل والبغال والحمير لتركبوها وزينة ويخلق ما لا تعلمون"[2] فهذه الآية على إيجازها قد ذكرت وسائل النقل التي كانت معروفة لدى العرب عند نزول القرآن قبل أربعة عشر قرنا ثم ذكرت وسائط النقل الأخرى التي لم تكن معروفة آنذاك من طائرات،ومناطيد وصواريخ......" ويخلق مالا تعلمون" وما لا نعلم نحن الآن.

والإسلام قد شرع قواعد المرور وأدبه،حيث خاطب الرسول عليه الصلاة والسلام أصحابه بقوله:" إياكم والجلوس في الطرقات"قالوا يارسول الله إنها مجالسنا ومالنا من مجالسنا بد نتحدث فقال:"فإذا أبيتم

---

[1] الملتقى الوطني حول الوقاية من حوادث المرور: مرجع سابق.

[2] سورة النحل،الاية 8.

إلا المجلس فأعطوا الطريق حقه،قالوا: وما حق الطريق يا رسول الله،قال:"غض البصر وكف الأذى، ورد السلام، والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر".[1]

للطريق اذن حقوق وآداب يجب مراعاتها لقوله تعالى:" ولا تمش في الأرض مرحا إن الله لا يحب كل مختال فخور"[2]، فالمشي في الأرض يستوي فيه أن يكون الإنسان ماشيا على قدميه أو ممتطيا دابة أو راكبا سيارة، بل أنه في الحالة الأخيرة يكون أكثر ميلا للزهو واشد حاجة لمن يذكره بواجب الأخلاق ومستحب الآداب ،يقول عز وجل:" ولا تمش في الأرض مرحا إنك لن تخرق الأرض ولن تبلغ الجبال طولا"[3].

وليس أدعى إلى التهلكة من قيادة السيارة بسرعة كبيرة،أو عدم الالتزام بقواعد السلامة، قال تعالى:"ولا تلقوا بأيديكم إلى التهلكة".[4]

وقوله أيضا" ولا تقتلوا النفس التي حرم الله إلا بالحق".[5]

ومن حقوق الطريق إماطة الأذى عنه،فإماطة شعبة من شعب الإيمان وحق وواجب على مستعمل الطريق،ثم أن نظام المرور الذي يصدره ولي الأمر لمصلحة المجتمع يعتبر ملزما لجميع المواطنين ومن في حكمهم ممن يعيشون على ارض الدولة ويخضعون لسلطانهم عملا بقوله تعالى:"يا أيها الذين آمنوا أطيعوا الله وأطيعوا الرسول وأولى الأمر منكم"[6]

و نظرا لأهمية دور مصادر الوعي الاسلامي في تعميق الوعي في المجتمع يمكن اعتبارها اضافة لكونها مرتكزات اجتماعية للاعلام الأمني فهي في الأصح عبارة عن مرتكزات أخلاقية تهدف لتحسين أخلاق الأفراد المتعلقة بالسلوكات و العامل مع الطريق، فهي بذلك تشكل مرتكزات أساسية للاعلام الأمني قصد احلال الأمن و السكينة في المجتمع، شأنها شأن الحركة الجمعوية التي تهدف بدورها لتوعية أفراد المجتمع أمنيا.

---

[1] رواه البخاري: كتاب الاستئذان، باب 2، حديث 6229. (أحمد بن حجر العسقلاني: فتح الباري في شرح صحيح البخاري، ج11، دار السلام، الرياض، السعودية، ط3، 2000، ص 11.

[2] سورة لقمان، الاية 18.

[3] سورة الاسراء: الاية 37.

[4] سورة البقرة: الاية 195.

[5] سورة الاسراء: الاية 33.

[6] سورة النساء: الاية 59.

أولا العلاقات العامة:

1- مدخل الى العلاقات العامة : تعتبر العلاقات العامة قديمة قدم البشرية، حيث عرفها الإنسان منذ الأزمة القديمة، فطالما هناك أناس يعيشون مع بعضهم البعض في تجمعات بشرية، يعملون مع بعضهم البعض في منظمات و مؤسسات و تربطهم علاقات مهنية واقتصادية و بشرية و يشكلون مجتمع فهذا يعني أن هناك علاقات عامة سواء اعترفنا واقتنعنا بذلك أم لا، كما أن هذه الشبكة من العلاقات و المصالح والاتصالات تفرض وجود شكل من أشكال العلاقات العامة، فقيام العلاقات العامة كعلم اجتماعي يعتبر بذلك ضرورة اجتماعية من ضرورات الحياة، خاصة في العصر الحديث إذ لا يمكن لأية هيئة أو مؤسسة أن تنجح مهمتها أو أن تشق طريقها في سهولة و سير دون أن تستخدم هذا العلم.

أولا : نشأة و تطور العلاقات العامة :إن الحديث عن العلاقات العامة و تطورها يقودنا إلى ملاحظة مهمة هي أنه ليس هناك اتفاق بين الباحثين حول تحديد تاريخ معين لظهورها فاختلاف الباحثين هذا لم يمنعهم من الاتفاق على مصطلح العلاقات العامة الذي لم يتم تخصيصه بدراسة علمية منظمة، إلا في بداية القرن العشرين وقتها "أخذت العلاقات العامة تبرز كنشاط هام تحرص عليه المؤسسات الكبرى التي تعني بتعزيز الصلات بزبائنها" [1] .

فنظرا إذن لاختلاف الدول و المجتمعات و الثقافات و الرؤى و الفلسفات، و نظرا لاختلاف المستوى الاقتصادي و السياسي و الاجتماعي للدول، و نظرا أيضا لاختلاف المراحل و التطورات التي مرت بها العلاقات العامة في المجتمعات المختلفة و بسبب اختلاف المنظمات و طبيعتها و فلسفتها تعذر على الباحثين و العلماء و المختصين إيجاد تعريف مانع للعلاقات العامة، و اختلفت بذاك الرؤى في المحطات الزمنية المختلفة و مراحل التطور العديدة التي عرفتها العلاقات العامة سواء من حيث التنظير أو الممارسة أو الإستراتجيات[2]

ولكن العلاقات العامة كنشاط اتصالي نجد لها جذورا تمتد إلى تاريخ وجود الإنسان، أن تعد الأسرة النواة الأولى لعلاقات الإنسان، لتتكون بعد ذلك القبيلة نتيجة الجمع بين عدة أسر وكان للقبائل اهتمام كبير بوجود علاقات بينها و بين القبائل الأخرى درءا للحروب، كما كانت تقام الاتصالات الودية لإقامة الصلح، أما مهمة الإعلام فكانت من صلاحيات رئيس القبيلة الذي يدعو أعضاء قبيلته إلى الخروج

---

[1] صالح خليل أبو أصبع : العلاقات العامة والاتصال الإنساني؛ ط1، دار الشروق، عمان، 1998، ص 89.

[2] محمد قيراط وائل اسماعيل عبد الباري: وقائع مؤتمر العلاقات العامة في الوطن العربي في ظل العولمة، الواقع الحالي و افاق المستقبل،جامعة الشارقة، الامارات العربية المتحدة،2006 ، ص 23 .

لعمليات الصيد و القتال، أو حفلات الزواج، كما كان يفصل في النزاع ليسود السلام بين قبيلته و باقي القبائل المجاورة، ويلجأ رئيس القبيلة في تأدية تلك المهام إلى رجل قوي الحجة، أو إلى السحرة و الأطباء.

* **العلاقات العامة في حضارة مصر الفرعونية** : كشفت آثار قدماء المصريين عن الاهتمام الكبير لدى ملوك الفراعنة بالاتصال بالأهالي، "إذا كان الكهنة يقدمون بإبلاغ الأحكام الإلهية للناس، كما ينقلون للملك المظالم التي يمكن أن يتعرض لها الشعب، كما كانت الدولة تهتم بتسجيل ووصف الأحداث الهامة في حياة المجتمع كالانتصارات الحربية، و البعثات التجارية و المشروعات الكبرى التي تتولاها الحكومة" [1] و قد اهتم القدماء المصريين بالسيطرة على أفكار الجمهور بانتهاج شتى الأساليب منها: تأليه فرعون، و تقديس الكهنة، و تشييد المعابد و القبور على شكل أهرامات و خير دليل على ذلك الآثار الفرعونية و الكتابات التي و جدت على أوراق البردي.

* **العلاقات العامة في بابل و آشور** : لقد اهتم ملوك بابل و آشور بالتأثير في عواطف الناس و أفكارهم، خاصة في الأوقات التي تتطلب الشرح و التغيير"كما تكشف الآثار أن الآشوريين هم أول من ابتدع النشرات المصورة، فكانوا يرقمون انتصاراتهم، و بجانب الرقم يصورون بالألوان صور الأسرى من ملوك و أمراء، و يعرضونها في قصورهم و ساحاتهم العامة" [2].

بالإضافة إلى ذلك وجدت في العراق إعلانات يعود تاريخها إلى عام 1800 (ق.م) تعمل على ترشيد المزارعين عن زيادة وسائل الإنتاج .

* **العلاقات العامة عند اليونان و الرومان** : كانت الحضارتين الإغريقية و الرومانية أكثر اتصالا بالجماهير من الحضارات الشرقية القديمة، ففي مصر و بابل و آشور و فارس كانت الدعاية منصبة على أعمال الملوك و الكهنة، وكان الغرض منها إعلام الطبقات الأرستقراطية دون سواء الشعب. أما عند اليونان فقد اتسعت رقعة القاعدة الشعبية بعض الشيء بتطور الزمن و بدأ ظهور المبادئ الديمقراطية خاصة في المدن اليونانية [3] و قد اعتمدت الحضارة الرومانية و اليونانية على كسب ثقة الشعب، هذا ما يظهر من خلال استغلال يوليوس قيصر الوقائع اليومية لتسجيل أنشطة مجلس الشيوخ، و عرضها على الجمهور، كما اعترف الرومان بأهمية الرأي العام و هذا من خلال شعارهم"**صوت الشعب من صوت الله**" المحفور على معابدهم

[1] هناء حافظ بدوي : العلاقات العامة و الخدمة الاجتماعية (أسس نظرية و مجالات تطبيقية)، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، ص14

[2] فخري جاسم سلمان و آخرون : العلاقات العامة، دار الكتب للطباعة و النشر، العراق، 1998، ص35.

[3] السيد إبراهيم إمام : العلاقات العامة و المجتمع،ط2، المكتبة الأنجلو مصرية، القاهرة، 1968، ص42.

و تماثيلهم، و عليه فقد كان الفضل لليونان و الرومان في دفع نشاط العلاقات العامة إلى الأمام بفضل ظهور الأفكار الديمقراطية الداعية بالاعتراف بحرية الرأي العام.

* **العلاقات العامة في الحضارة الإسلامية** : استطاعت الحضارة الإسلامية أن تطور نشاط العلاقات العامة بفضل حثها على النظام القائم على مبدأ الشورى في الحكم و احترام الإنسان "فأثناء نشر الدعوة الإسلامية اهتم الرسول **–صلى الله عليه و سلم–** بممارسة العلاقات العامة بشكل مؤثر لإقناع الناس بفضائل الدين الإسلامي من خلال الاتصال بهم و التحدث إليهم بعدة أساليب كأسلوب الخطابة و الاجتماعات" [1] و طوال الفترات الأولى للدولة الإسلامية كان الخلفاء المسلمون ينصتون لمشاكل الناس و آرائهم، و بعد اتساع حدود الدولة أصبح ديوان الرسائل هو الواسطة بين الحكام و بين العامة.

* **العلاقات العامة في العصور الوسطى** : في هذه العصور عرفت المجتمعات ظلمات التعصب الديني و الجهل، الذي اقترن بالانحلال الاقتصادي و الاجتماعي و انتشار النفوذ الإقطاعي، و في هذا السياق ما يسعنا إلا أن نذكر ما للمسيحية في أوروبا من دور في ظهور و تطور العلاقات العامة، حيث كان لها دور هام في شؤون الدعوة الدينية و خاصة عندما ظهر المذهب البروتشانتي الذي أعده الكاثوليك آنذاك خروجا عن المسيحية، لذلك راحوا ينشدون الخلاص منه عن طريق دعواتهم و عن طريق الاهتمام بمسائل الإعلام [2]

* **العلاقات العامة في العصور الحديثة** : ظهرت العلاقات العامة باعتبارها نشاطا مستقلا مع بداية الثورة الصناعية و ما صاحبها من توسع في العمل و التجارة، لكنها لم تعرف بمفهومها الحديث إلا في أواخر القرن التاسع عشر [3].

مضت العلاقات العامة قدما مع الحرب العالمية الأولى، عندما ثبتت قدرة الكلمات على التأثير في تشكيل اتجاهات الجمهور، و قد أدى ذلك إلى تعميق الاهتمام بموضوع الرأي العام [4] وتطورت العلاقات العامة فيما بعد بفضل ما يسمى العمل الاستشاري، إذ أصبح لرجل العلاقات العامة دورا مهما في إدارة المنظمات الكبرى، و تفعيل برامجها المؤثرة في الجمهور الداخلي و الخارجي، أما أول وكالة مختصة في العلاقات العامة فظهرت عام 1920 [5]،و خلال الأزمة الاقتصادية التي أصابت العالم سنة 1929 انتهى

---

[1] عبد الرزاق محمد الديمي : العلاقات العامة في التطبيق،ط1، دار جريد للنشر و التوزيع،عمان،2000، ص19.

[2] ناصر محمد جودت: الدعاية و الاعلان و العلاقات العامة،ط1 ،مجدلاوي،الأردن،1988 ،ص ص 183، 184 .

[3] علي الباز: العلاقات العامة و العلاقات الانسانية و الرأي العام ، مكتبة و مطبعة الاشعاع الفنية، الاسكندرية، 2002، ص 89 .

[4] غريب عبد السميع غريب: الاتصال و العلاقات العامة في المجتمع المعاصر، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2006، ص39.

[5] Constantin-lougovary-action psycologique et relation publiques- economie. 1971.p 27.

الخبراء إلى أن الصراحة و الأمانة و الاعتراف بالمسؤولية الاجتماعية هي أهم مبادئ العلاقات العامة فاستقر الرأي على ضرورة العناية بالجمهورين الداخلي و الخارجي.

أما في الحرب العالمية الثانية فقد كان اتساع الاقتصاد سببا في زيادة الاهتمام بالعلاقات العامة وتطورها، إذ ترسخت فكرة أن العلاقات العامة الطيبة هي أساس استقرار جميع المؤسسات، و هي مؤثر فعال لتحقيق النجاح، كما شملت العلاقات العامة جميع المجالات و أنشأت أقسام خاصة بالعلاقات العامة تتطور فيما بعد بتطور التقنيات الاتصالية و أدوات البحث العلمي [1].

لقد ظلت العلاقات العامة سمة بارزة من سمات أنشطة المجتمع الأمريكي، توجت بتأسيس العلاقات العامة الأمريكية عام 1948؛ لتشق فيما بعد الطريق إلى أوربا و باقي الدول بإنشاء العديد من الاتحادات و المراكز و الجمعيات الخاصة بالعلاقات العامة كممهد العلاقات العامة البريطانية 1948، وجمعية العلاقات العامة الفرنسية و غيرها عام 1949، جمعية العلاقات العامة بإيطاليا، المركز الأوربي للعلاقات العامة 1956.

أما في الوطن العربي فقد تأسست جمعية العلاقات العامة العربية في 1965/05/01 و رغم ذلك إلا أن الوضعية الراهنة العلاقات العامة بالوطن العربي تدعوا للمراجعة لإعادة تحديد إستراتجيتها [2].

في ختام هذا العرض لنشأة وتطور العلاقات العامة نستنتج أنها اعتمدت في بداياتها على المشاعر و العواطف الفردية ثم تبلورت إلى علم و فن تعتمده مختلف الجهات في استقطاب الجمهور ليتعاون معها.

ثانيا: مفهوم العلاقات العامة: نشأت الحاجة لممارسة العلاقات العامة في مطلع القرن العشرين نتيجة عدد من العوامل والتغيرات الاقتصادية والسياسية خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية فباتت بذلك أهمية العلاقات العامة حاجة لا ضرورة لتأكيدها كما أنها لم تعد موضع نقاش في عالم مترابط مع بعضه بالعلاقات المتداخلة والاتصالات كما أنها لم تعد موضع نقاش في عالم مترابط مع بعضه بالعلاقات المتداخلة والاتصالات السريعة(3).

غير أن موضع النقاش بل وموضوع الاختلاف يكمن كما أسلفنا الذكر في اختلاف التعارف بين العلماء والمختصين بوضع تعريف شامل ومانع للعلاقات العامة، فغموض تعبير – العلاقات العامة –

[1] علي عجوة : الأسس العلمية للعلاقات،ط4،عالم الكتب، القاهرة، ص 13 .

[2] بن دريدي فوزي: نحو استراتيجية لتطوير ممارسة العلاقات العامة في الوطن العربي، المجلة الجزائرية للدراسات السوسيولوجية، ع1،جانفي 2006،الجزائر، ص 65 .

(3) Abdul Rahman H-AL-Ehad,

فتح الباب أمام ظهور تباين في التعريفات يحسب الرؤية والنظرة التي ينظر منها – أو هي – كل كاتب لمفهوم العلاقات العامة.

* **في الفقه العربي**: يعرف البعض العلاقات العامة في الفقه العربي بأنها "'تقدير أهمية الرأي العام وتخطيط وتنظيم الجهد لتوضيح معالم السياسية العامة وحقيقة أهدافها للأفراد والعاملين بالجهاز الإداري الجماهير التي تتعامل معها والمجتمع الذي تباشر نشاطها فيه بغرض إيجاد نوع من التفاهم المتبادل بينهم"، ويعرفها البعض بأنها «ذلك النشاط الذي تقوم به الإدارة للحصول على ثقة الجمهور وتسبيله في ذلك تعريف الجمهور بما تعمله من وظائف وإمداده بالمعلومات المختلفة وشرحها له» فان البعض يعرفها بأنها:« الصلات التي تقيمها الإدارة العامة مع الرأي العام لمسائل مختلفة حصولا على معاونته ورضاه».

* **في الفقه الأجنبي**: يعرف كريستيان B.Christian العلاقات العامة بأنها الجهود التي تبذل للتأثير على الجمهور عن طريق وسائل الإعلام المختلفة، حتى يكون لديها فكرة صحيحة عن المؤسسة فيساندونها في أزمنتها، ويساعدونها على تحقيق أهدافها، ويعرفها معهد العلاقات العامة البريطاني بأنها " الجهود الإدارية المرسومة والمستمرة الهادفة لإقامة تفاهم متبادل بين هيئة وجمهورها.

إن هذه الرؤى لمفهوم العلاقات العامة تعبر عن اختلاف مفهوم العلاقات العامة من نظرة أخرى وتعبر بالتالي عن مدى مرونة وغموض ذلك المصطلح، والفكرة الرئيسية رغم هذا الاختلاف في مفهوم العلاقات العامة تدور حول: «العلاقات العامة ليست وسيلة دفاعية لجهل المؤسسة تبدو في صورة مخالفة لصورتها الحقيقية، وإنما تعبر عن الجهود المستمرة من جانب الإدارة لكسب ثقة الجمهور من خلال مجمل ومختلف الأعمال التي تحظى باحترامه»[(1)].

تحديد مفهوم العلاقات العامة

لغة: العلاقات العامة مفهوم مركب من كلمتين العلاقات– العامة" حسب ما جاء في المنجد الأبجدي[2] فان : "العلاقات" هي مصدر جمعه علائق وتعني حصيلة الصلات والروابط والاتصالات التي تتم بين هيئة أو مؤسسة ما والجماهير التي تتعامل معها[(3)]

يقابل كلمة العلاقات في اللغة الانجليزية: RELATIONS، أما "العامة" : حسب ما جاء في نفس المنجد هي مؤنث مذكره عام وجمعه عوام، والعامة في خلاف الخاصة. وتعني مجموعة الجماهير المختلفة

---

[1]– علي الباز: العلاقات العامة والعلاقات الإنسانية والرأي العام، مرجع سابق ص ص-73-74.

[2] – المنجد الأبجدي: دار المشرق بيروت– المؤسسة الوطنية مكتاب الجزائري.

[3] – محمد عبد الفتاح محمد: العلاقات العامة في المؤسسات الاجتماعية ، المكتب العلمي للكمبيوتر وللنشر والتوزيع، ص12.

التي ترتبط مصالحها ونشاطاتها بالبيئة أو المؤسسة[1]، ويقابل كلمة العامة في اللغة الانجليزية"Public" ومما سبق نستخلص أن العلاقات العامة تمثل الروابط والتفاعلات والاتصالات القائمة بين المؤسسة أو الهيئة وجماهيرها الداخلية والخارجية.

اصطلاحا : إضافة إلى ما سبق توضيحه فيما يخص الاختلافات التي عرفها مفهوم العلاقات العامة بين جمهور الباحثين فانه من الأمور المتفق عليها أنه من الصعب تحديد المفاهيم الاجتماعية بصفة خاصة والعلاقات العامة تعد وحدة من المجالات التطبيقية للعلوم الاجتماعية والإنسانية غير أننا سنحاول عرض أهم التعاريف للعلاقات العامة مع أننا اعتمدنا في ذلك تقسيما معينا مع الاكتفاء بتعريف نموذجي .

أولا : نموذج عن تعاريف بعض الباحثين الأجانب:

إدوارد برنيز : «العلاقات العامة في محاولة كسب تأييد الرأي العام بالنسبة لنشاط أو قضية أو حركة أو مؤسسة، وذلك عن طريق الإعلام والإقناع والتكيف[2] وهي بذلك عبارة عن نشاط يحتوي على ثلاث شعب، أولها إعلام الجمهور، ثانيهما إغرائه لتعديل اتجاهه وتصرفاته وثالثهما بذل الجهود للتوفيق بين اتجاهات وتصرفات منظمة أو مؤسسة ما وجهود المتعاملين معها وربط اتجاهات وتصرفات هؤلاء العملاء بهذه المنظمة أو المؤسسة»[3].

ثانيا: نموذج عن تعاريف بعض الجمعيات والمعاهد الدولية ودوائر المعرفة:

جمعية العلاقات الفرنسية: «العلاقات العامة هي طريقة للسلوك وأسلوب للإعلام» والاتصال يهدف لإقامة علاقات مفعمة بالثقة والمحافظة عليها، تقوم هذه العلاقات العامة على المعرفة والفهم المتبادلين بين المنشأة ذات الشخصية الاعتبارية التي تمارس وظائف وأنشطة، وبين الجماهير الداخلية والخارجية التي تتأثر بتلك الأنشطة والخدمات[4].

يشير هذا التعريف إلى أن العلاقات العامة أسلوب من أساليب الإعلام والاتصال تستخدمها المؤسسة لتحقق التواصل والانسجام بينها وبين الجمهور الداخلي والخارجي هذا التواصل والانسجام يكون أساسه الثقة والفهم المتبادلين.

---

[1]– العلاقات العامة في المؤسسات الاجتماعية، مرجع سابق ،ص12

[2] – إبراهيم إمام: العلاقات العامة والمجتمع، ط2، المكتبة، الأنجلو مصرية، القاهرة، 1968.

[3] محمود السباعي ، ادارة الشرطة في الدولة الحديثة، الشركة العربية للطباعة والنشر، القاهرة، مجلد1963،2،ص539.

[4] جميل أحمد خصر: العلاقات العامة، دار الميسرة والتوزيع للطباعة، عمان،ط1998،1، ص23.

التعريف الإجرائي للعلاقات العامة: هي " فن وعمل إداري مستمر وعلم يضم مجموعة من العمليات التطبيقية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، يمارسها مختصون على مستوى مناسب من العلم والخبرة والمهارة يهدف تحقيق التفاهم والتكيف والانسجام بين المؤسسة وجماهيرها الداخلية والخارجية وذلك عن طريق استخدام وسائل وأدوات الإعلام والاتصال استخداما عمليا دقيقا من أجل فائدة الجميع".

مجالات العلاقات العامة: تظهر مجالات ممارسة العلاقات العائمة في جميع مرافق نشاط الفرد، وفي جميع المؤسسات على اختلاف أحجامها وأنشطتها بالمؤسسة الصغيرة كالمؤسسة الكبيرة تعتمد في حياتها على سياسة العلاقات العامة التي تخطط لهما، وتنفذها بالقدر الذي تسمح به إمكانياتها، وتقضي به حاجاتها(1) ويمكن تناول مجالات العلاقات العامة فيما يلي:

* **العلاقات العامة في المؤسسات الصناعية**: أدى التطور الجديد في الحياة الصناعية إلى تنظيم العلاقات بين المؤسسة وعمالها وتحسي هذه العلاقة، ومنه فمعظم إدارات المصانع الحديثة تسعى تسل جاهدة لتوفير مسببات الراحة والرضى للعامل في إطار المخطط العام الذي تصنعه إدارة العلاقات بما تتبناه من برامج الرعاية الاجتماعية والثقافية والروحية وغيرها لتمتين العلاقات بين المؤسسة والعاملين(2).

* **العلاقات العامة بالوزارات والمؤسسات الحكومية** : وتقوم على فكرة وجوب وجود جسور بين الحكومة والشعب إذ يتجدد برنامج العلاقات العمة بها على:

- العمل على كسب رضى الجماهير وتأييدها للقوانين والإصلاحات الجديدة وكذا إعلامها بالخدمات المؤداة لصالحها حتى يتسنى لها المشاركة في أنشطتها وبرامجها.

- الاهتمام بشكاوى الجمهور الداخلي والخارجي ومقترحاته والعمل على الرد عليها.

- تدريب العاملين على حسن معاملة الجمهور.

* **العلاقات العامة بالمؤسسات الأمنية**: حيث يبلغ اهتمام المؤسسة العسكرية بالعلاقات العامة أوجه في أوقات الحروب، فمثلا بلغ عدد المشتغلين بها في أمريكا حوالي 75000 شخص أثناء الحرب العالمية الثانية، وفي جمهورية مصر الربية اتخذت جهود جبارة لرفع الروح المعنوية للشعب والجيش المصري أثناء العدوان الثلاثي على مصر عام 1956(3). هذا عن المؤسسات العسكرية، أما عن المؤسسات الشرطية فلا يسع الحديث الحديث عن الدور الذي يمكن أن تلعبه العلاقات العامة في مجال الشرطة سواء على المستوى الداخلي أو الخارجي من خلال تعميق العلاقات الحسنة بين أفراد الجمهور الداخلي وبين هذا الأخير وأفراد

---

[1] سمير حسن منصور:و مناهج العلاقات العامة من منظور الخدمة الاجتماعية ،دار المعرفة الجامعية،1999،ص74.

[2] عبد المحي محمد صالح وآخرون: العلاقات العامة والإعلام في الخدمة الاجتماعية، دار المعرفة، الجامعية، 2004ص ص57- 58.

[3] الخدمة الاجتماعية في مجال الثقافات العامة، دار المعرفة الجامعية،1999،ص125.

الجمهور الخارجي كله بهدف كسابقة الجماهير ورفع المستوى الآراء بالنسبة العمل الشرطي، وسنأتي إلى مزيد من التفضيل والتعمق في مجال العلاقات العامة في المؤسسات الشرطية في فصول لاحقة.

* **العلاقات العامة في باقي المؤسسات:** بالإضافة إلى المجالات التي سبق ذكرها يبقي مجال العلاقات العامة واسعا جدا فوجودها أصبح حتمية في جميع المجالات والمؤسسات مهما كان طابعها فنجدها في في المؤسسات التربوية والجامعات، والمؤسسات الصحية والخدماتية والتجارية والدينية وغيرها.

ثالثا: أسس ومبادئ العلاقات العامة:

تستند العلاقات العامة في أداء مهامها على جملة من المبادئ يلتزم بها المختصون في عملهم بتلك العمليات المخططة والمرسومة والمبدأ هو: قاعدة أساسية لها صفة العمومية يصل إليها الإنسان عن طريق الخبرة والمعرفة والمنطق أو باستخدام الطرق العملية كالتجريب والقياس". وعلى الرغم من الاتفاق على المبادئ التي يلتزم بها العاملون بالعلاقات العامة إلا أنها تختلف في أساليب تطبيقها تبعا لعدة اعتبارات أهمها:

* طبيعة نشاط المؤسسة: فالمؤسسات التي تشتغل بأعمالها مرافق العامة أو التي يقوم بإنتاج وتوزيع السلع الاستهلاكية الأساسية تحتاج إلى نوع معين من التنظيم الإداري لأعمال العلاقات العامة وطبيعة ونوعية ممارستها داخل التنظيم.

* حجم ونوعية الجمهور الذي يتصل بالمؤسسة سواء كان داخليا أو خارجيا ومدى القدرة على التأثير فيه واستجابته ونوعية الوسائل المستخدمة مع ذلك الجمهور

* مدى إيمان المؤسسة بأهمية المسؤوليات والالتزامات الاجتماعية الملقاة على جهاز العلاقات العامة بها نحو مصالح الجماهير المختلفة المتصلة بها.

* شخصية خبير العلاقات العامة بالمؤسسات : من حيث استعداداته ومهاراته وخبرته وإعداده وقدرته على التعامل مع الجمهور كما تستند العلاقات العامة على مجموعة من الأسس أو معها"إدوارد –ليرنيز" في قاعدتين أساسيتين هما : الأداء النافع أولا والأخبار الصادقة في نطاق واسع ثانيا وأوضح أن القاعدة الثانية مكملة للأولى[1].

في ضوء ذلك نوضح جملة من الأسس والمبادئ التي تستند عليها العلاقات العامة فيما يلي:

---

[1] عبد المحي محمود صالح: مرجع سابق، ص40.

* **العلاقات العامة تبدأ من داخل المؤسسة**: البدء من الداخل والعمل على إيجاد تفاهم متبادل بين المؤسسة والعاملين والعمل على التماسك والتعاون بالمؤسسة وتدعيم روح الجماعة[1] فوجود تفاهم متبادل بين المؤسسة والعاملين بها حسين العلاقة بالجمهور الداخلي هو بداية العلاقة العلاقة الناجحة مع الجمهور الخارجي لأن الصورة الذهنية لدى الجمهور الخارجي هي انعكاس للداخلي.

* **الالتزام بالمبادئ الأخلاقية** : من الضروري أن تلتزم أعمال المؤسسة وتتسم بالصدق والأمانة، وأن تتقيد بالعادلة وتنمية الثقة والاحترام المتبادل بينها وبين الجماهير، وأن تتسم برامجها بالصدق ففي مؤسسات الخدمات توضح أسباب الفشل في الخدمات المقدمة وهذا يؤكد عنصر الأخلاق في العلاقات العامة كأداة تنمية الضمير الاجتماعي.

* **إتباع سياستي البحث العلمي وكشف المعلومات**: فبرامج العلاقات العامة لا تعتمد على العشوائية بل على أساليب علمية لحل المشاكل بداية بتعريف وتحديد المشكلة وجمع البيانات المفيدة في حلها وتحديد الأهداف وبالتالي الوصول للحلول والبدائل المطلوبة[2]، كما أن إتباع سياسة الإفضاء وعدم إخفاء الحقائق يلزم العلاقات العامة على تقديم المعلومات الصادقة الأمينة[3] إذا أن الأساس السليم في العلاقات العامة يقدم عل نشر الحقائق التي تهم الجماهير[4].

* **مساهمة المؤسسة في رفاهية المجتمع ونشر الوعي بين الجمهور**: اعتبار أن رفاهية المجتمع تمثل هدفا عاما لجميع المؤسسات وتنوير الجماهير وإعلامهم بما تقوم به من أنشطة وأعمال ونشر بها أساسياتها يساعد على خلق الانسجام وعلى تحقيق أهدافها[5] ومن ثم فان ركائز العلاقات الناجحة تتلخص فيمايلي:

- الديناميكية والحيوية: وتعتمد على قوة التفاعل بين القوى المؤثرة والمتأثرة ولذلك يجب أن تتصف المؤسسة بالفعالية والايجابية بحيث تتغلب على المعوقات التي تواجهها وان تضع رد فعل الجمهور موضعا للدراسة.
- ترتكز العلاقات العامة على المبادئ الأخلاقية وتراعي الدساتير الدولية لآداب مهنة العلاقات العامة وأخلاقياتها، بما فيها حق الإنسان في التمتع بحرية الرأي والتعبير والمعاملة الإنسانية وتدعو للعمل والانجاز.
-كما ترتكز العلاقات العامة على ركائز اجتماعية من زاوية حرصها على الصالح العام ومبادئ المسؤولية الاجتماعية[1].

---

[1] حسن محمد عبد الرحمن: الاعلام والاتصال،ط1،شركة رؤية، مؤسسة طكيبة، الاسكندرية، القاهرة، 2006، ص64.

[2] سمير حسن منصور: مرجع سابق ،ص ص 52، 53.

[3] محمد منير حجاب،سحر وهي: المداخل الأساسية للعلاقات العامة ،دار الفجر للنشر والتوزيع القاهرة ،1993،ص46.

[4] هناء حافظ بدوي: مرجع سابق،ص42.

[5] محمد بهجت كشك: العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية ، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية 1990 ،ص20.

رابعا أهمية واهداف العلاقات العامة:

"يذهب التحقيق على أنه في اتاحة العلاقات العامة توضيح الدور الذي يمكن أن تلعبه أي مؤسسة في المجتمع"[2] وتحقق عدة فوائد أهمها:

* المساهمة في انتشار علاقات عمل طيبة في المنظمة مما يسهل جلب أفضل الكفاءات العاملة وتحقيق استقراءها، ومن ثم تساعد العلاقات العامة على تخفيض في معدل دوران العمل.

*في المنظمات الصناعية تبرز أهمية العلاقات العامة في أنها تسعى لكسب ثقة الجمهور الداخلي والخارجي مما يؤدي على زيادة شهرتها، وتحسين سمعة منتجاتها وهذا ما يساعد على زيادة المبيعات.

* تبدو أهمية العلاقات العامة في المؤسسات الخدمية فقد تكون الخدمة التي تقدمها غير ضرورية بالنسبة للفرد، وقد تكون هناك بدائل لها، مما يصعب من دورها العام على جمهورها خاصة الخارجي[3].

* تتضح أهمية العلاقات العامة في المنظمات الحكومية من خلال دورها العام في تحسين العلاقة بين الحكومة أو الوزارة والجمهور، وقد لمست المنظمات الحكومية أن العلاقات العامة هي السبيل لايجاد التعاون الكامل بين المنظمة والبيئة بها وبين الأفراد والجماعات داخل المنظمة نفسها من ناحية أخرى[4].

* تساعد العلاقات العامة الطيبة في حسن تقدير المشاكل الادارية سواء من طرف العاملين، إذ يكونوا على اطلاع بحقيقة الموقن، أو من قبل الجمهور من خلال إدراكه للحقائق الخاصة بالمنظمة.

* تساهم العلاقات العامة الجيدة في توجيه الادارة على مافيه صالح الجمهور، إذ يكون من السهل على الادارة الوقوف على أداء الجماهير المتعامل معها من أجل أخذها بعين الاعتبار[5].

* تساهم العلاقات العامة في كسب ثقة الموردين والوسطاء والوكلاء والعمال المستهلكين والمساهمين والدوائر الحكومية في المنظمة إذ توطد معهم جميعا جسور التعاون والثقة، فالعلاقات العامة تجمع بأحكام المؤسسة حيث تجمع المصلحة العامة والمصلحة الخاصة، ومن ركائزها التفاعل الايجابي، والتعامل مع الجميع على ضوء الأسس الأخلاقية والأسس الإنسانية.

---

1 غريب سيد احمد: علم اجتماع الاتصال والإعلام، دار المعرفة الجامعية،2002/ص107.

2 محمد جاسم فلحي: العلاقات العامة والرأي العام، الجامعة العربية المفتوحة بالدنمارك،

3 محمد جاسم فلاحي: العلاقات العامة والراي العام، الجامعة العربية المفتوحة بالدنمارك، كلية الآداب والتربية، قسم الإعلام،2006،ص07.

4 أحمد محمد المصري: العلاقات العامة، مؤسسة شباب الجامعة ، الاسكندرية، 2000،ص10.

5 هناء حافظ بدوي: الاتصال بين النظرية والتطبيق، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية،2003،ص 273

* نقد العلاقات العامة الوسيلة الفعالة لاطلاع الجماهير على أهداف المنظمة وأنشطتها، وشرح سياستها، وكسب تأييد العام واحترامه بفضل إمداده بالبيانات والحقائق المطلوبة.

* تتضح أهمية العلاقات العامة في خلق الانسجام والثقة بين جمهور المؤسسة الداخلي والخارجي.

أهداف العلاقات العامة: تسعى العلاقات العامة إلى ايجاد تفاهم وتوافق بين منظمات المجتمع وافراده، ومهمتها الكبرى هي التوفيق بين عناصر المجتمع وهيئاته، والتنسيق بين مصالحه المختلفة تحقيقا للصالح العام، وتهدف العلاقات العامة لتحقيق الانسجام الاجتماعي، وتنظري فلسفة إنسانية أساسها الاعتراف بقيمة الفرد وأهمية صوت الجماهير في تقرير الاتجاهات السياسية والاقتصادية والاجتماعية[1] وعليه يمكن استخلاص هدف أساسي من أهداف العلاقات العامة إضافة إلى أهداف أخرى فرعية منبثقة منه،فالهدف الأساسي للعلاقات العامة يتمثل في توفير مناخ ملائم لمنظمه وتكوين صورة ذهنية وانطباعات إيجابية عنها، لدى كافة الأطراف المرتبطة بها سواء داخلها أو خارجها،أما الأهداف الفرعية المنبثقة من الهدف الأساسي للعلاقات العامة فيمكن عرضها كالآتي :

- شرح أهداف، سياسات وأسلوب عمل، ونوع نشاط المنظمة للجماهير[2].
- التعرف على آراء واتجاهات الجمهور الداخلي والخارجي، وايصالها إلى الإدارة العليا.
- العمل على تحقيق التكامل بين المنظمة واتجاهات ورغبات الجمهور الداخلي والخارجي.
- العمل على تحقيق القبول والمصداقية سواء السلع أو للأفراد أو الشركات أو الأفكار[3].
- تهدف العلاقات العامة إلى حماية المنظمة من كافة صور الهجوم التي تقع نتيجة نشر أخبار كاذبة مع تهيئة عدم تقبل الجمهور الداخلي والخارجي لمثل هذه الأمور.
- المساهمة في منع الصعوبات والمشكلات الداخلية التي يمكن أن تسبب مضايقات للمؤسسة[4].

خامسا العراقيل التي تواجه العلاقات العامة " عراقيل وتحديات ":

تعتبر العلاقات العامة سمة المجتمعات المتحضرة، وأسلوبا للعمل المنظم البناء، ومنها كان الفهم الصحيح والتطبيق العملي والعلمي لها مفتاحى النجاح لأي بنماء اجتماعي صغر أو كبر والعلاقات العامة كعلم

---

1 حسن محمد خير الدين: العلاقات العامة (المبادئ والتطبيق)، مكتبة عين شمس ، القاهرة، 1976،ص34.

2 محمد عبد الله عبد الرحيم: العلاقات العامة، مطبعة جامعة القاهرة والكتاب الجامعيي، 1988، ص47.

3 ولياتم ريفر وآخرون : الاتصال الجماهيري والمجتمع المعاصر، ترجمة أحمد طلعت الشبيشي، دار المعرفة الجامعية،2005، ص240.

4 خبراء مركز الخبرات المهنية للإدارة "جميك": العلاقات العامة النظرية والتطبيق، مجلة المناهج التدريبية المتكاملة، اشراف عبد الرحمان توفيق،ط1،2003،ص20.

وكتطبيق تعد حديثه إلى حد ما إذا ما تحدثنا عنها بالمجتمعات النامية الذي يشوب مفهوم العلاقات العامة فيها الفهم غير الدقيق لكنهها ومغزاها مما يؤدي إلى التطبيق غير السديد وقد يرجع ذلك إلى أنها نشأت في تلك المجتمعات استجابة للمتطلبات التنموية ومن ثم حصر دورها في جوانب ضيقة قد تكون جزاءا هامشيا من مضمون قيمتها ودورها الهام في تلك المجتمعات.

لهذا فغالبا ما ينظر للعلاقات العامة في المجتمعات النامية على أنها علم يستند عليه المختصون في إعداد برامجهم بهدف عملية تبني أو تقبل فكرة أو موضوع نظريا وتطبيقيا[1] من هنا يمكن أن من هنا من اهم التحديات التي تواجه العلاقات العامة وتعتبر بمثابة معوقات تحيد بها عن الطريق الصحيح هي على النحو التالي:

1- عدم وجود مفهوم صحيح وواضح ومحدد للعلاقات العامة إن لم يكن هناك لبس في ذلك المفهوم.

2- تجاهل أهمية العلاقات العامة كإدارة واحتلالها لمكانة تكميلية على الخريطة ة التنظيمية.

3- احتكار جهود إدارة العلاقات العامة وتوجيهها من قبل الإدارة العليا بما يتفق ومصالحها وأهدافها دون النظر بعين الاعتبار إلى مطالب الجمهور خاصة على المستوى الداخلي بما يجعل ذلك بمثابة صراع قيمي بين قيم واحتياجات المؤسسة والجمهور بما يحقق صالح المؤسسة فقط.

4-عدم الاهتمام بدراسة الجمهور سواء من حيث التكوين أو النواحي السيكولوجية والاجتماعية والاقتصادية.

5-عدم الاستعانة بالمتخصصين أو المؤهلين أكاديميا فضلا عن عدم التدريب الكافي.

6-نقص الدعم الفني والمالي المقدم لتلك الإدارة حيث يفضل توظيفه في بنود أخرى[2].

وعن أهم المشاكل التي تعاني منها العلاقات العامة عموما وخصوصا في الوطن الوطن العربي ضعف الاحترافية والمهنية وهذا ما تأكده البحوث العلمية التطبيقية، أضف على ذلك أن ممارسة العلاقات العامة كمهنة تعاني من التهميش وسوء الفهم، الأمر الذي يضع عددا من التعديلات أمام الممارسين والباحثين والآكاد تبيين لتحديد نقاط الضعف وأسباب الفشل لتشخيص السبل والمناهج الكفيلة، بالنهوض بوظيفة العلاقات العامة وتطويرها حتى ترقى للمستوى المطلوب مننها وتؤدي أدوارها على أكمل وجه في المجتمع[3].

---

[1] السيد حنفي عوض: العلاقات العامة: الاتجاهات والمجالات ، مكتبة وهبه، القاهرة، 1987،ص16.

[2] سدرات علي شيحة:مرجع سابق،ص ص71، 72.

[3] محمد قيراط، وائل إسماعيل عبد الباري: مرجع سابق ،ص5.

2- إستراتيجية العلاقات العامة:

تمثل إستراتيجية العلاقات العامة جملة الوظائف والمهام التي تجعل منها منهجا وأسلوبا لحل المشكلات اعتمادا على خطوات وعمليات محددة تتمثل في إعداد البحوث والبرامج والتخطيط لها وغير ذلك من العمليات المنظمة والقائمة على أسس علمية قائمة على أساليب ونماذج لممارسة العلاقات العامة لممارسة العلاقات دونما الاعتماد على أسس علمية ونماذج تطبيقية تؤدي إلى نتائج غير رشيدة حيث يرى في ذلك الممارسون أنه خير للمؤسسة أن لا يمارس العلاقات العامة، من أن تمارها بصورة أو ارتجالية نابعة من فهم خاطئ لإستراتيجيتها.

أولا وظائف العلاقات العامة: إن للعلاقات العامة وظائف متعددة، وتتنوع وجهات النظر حول وظائفها، حيث ترى إحدى وجهات النظر أن وظيفة العلاقات العامة هي : "الاستجابة لمتطلبات واحتياجات الجماهير يهدف تحقيق الاستقرار وحل ما قد تواجهه المؤسسة من مشكلات"، بينما ينظر إلى وظائف العلاقات من زاوية أخرى بأنها: "تحقيق علاقة منفعة متبادلة ما بين الجمهور الفعلي للمؤسسة، وتحقيق الإنسجام بين العاملين داخل المؤسسة" ، غير أن مستويات تحديد وظائف العلاقات العامة فيمكن تلخيصها في ثلاث مستويات:

1- على مستوى المؤسسة: من خلال تزويد المؤسسة بكافة المعلومات والبيانات التي ترصد التطورات التي تطرأ على الرأي العام وكذا حمايتها من أي هجوم قد يمس سمعتها، إضافة إلى تعريف الإدارة العليا بردج فعل الجمهور إزاء سياستها وتسهيل الاتصال المرن بين المستويات الإدارية.

2- على مستوى الجمهور: تتحدد تلك الوظائف حسب نوعية الجمهور الداخلي والخارجي للمؤسسة من خلال سعيها لتعريف الجمهور بسيستها وأهدافها إزاءه والوساطة بينه وبين الادارة العليا.

3- على مستوى المجتمع: من خلال تقديم المؤسسة كشخصية إعتبارية للمجتمع والحد من المضار السلبية الناجمة عن نشاط المؤسسة مع السعي الدائم لخدمة مصالح المجتمع(1).

لقد تعددت تقسيمات الباحثين لوظائف العلاقات العامة بتنوع وجهات النظر لهذه الوظائف فقد ذهب هؤلاء إلى تقسيمها كل حسب تقييمه وطرحه فيما يلي نتناول بعض هذه التقسيمات:

* التقسيم الذي طرحه كل من : كاقليب، سنتر و بروم: إذ حددت وظائفها كمايلي:

- تحليل وتفسير اتجاهات الرأي العام المتوقع ودراسة القضايا الموثرة على خطط وتنظيم نشاطات المؤسسة.

---

[1] شدوان علي شيبة: مرجع سابق ، ص51.

– تقديم النصح والمشورة لادارة المؤسسة،خاصة تلك المتعلقة باتخاذ القرار والاتصال والمسؤولية.

– الاستمرار في عملية البحث وإعداد البرامج الاتصالية، تنفيذها ، تقويمها، لتحقيق الأهداف.

– إعداد الخطط بما فيها وضع الأهداف، تحديد المزانيات، والمساهمة في تدريب الأفراد[1].

* التقسيم الذي طرحه فليب ليسلي: لخصها بأربع وظائف أساسية هي:

– تقديم النصح والمشورة للادارة العليا للمؤسسة و كذا القيام بالأبحاث.

– الإعلام عن المؤسسة باستخدام مختلف الوسائل الاتصالية الفعالة والمؤثرة.

– بناء ودعم ثقة شاملة بين المؤسسة ومختلف الجماهير.

* التقسيم الذي طرحه فيرن بيرنت: حيث وظائفها فيمايلي:

– تقسيم سياسة المؤسسة وأعمالها للجماهير.

– تغيير الاعمال الحالية والمستقبلية لهدف الجماهير[2].

* التقسيمات التي يطرحها الباحثون العرب ندرج تقسيم على عجوة كمثال:

– الوظائف الإعلامية: وتتمثل في العمل على توعية الجمهور بالسلع والخدمات التي تقمها المؤسسة ومساعدة على كيفية الاستفادة منها وكذا إحداث التفاعل الايجابي مع جماهير المؤسسة بتطوير تقنيات الأنشطة الإعلامية ورفع كفاءة استخدام وسائل الاتصال المتاحة.

– وظائف الاستعلام : وتتمثل في الاستمرار في عملية إجراء البحوث المسيحية للجماهير أو الرأي العام والعمل على تحليل مواقفها لدعمها أو معالجتها وتطوير تقنيات استيعاب مواقف الجمهور.

– وظائف التنسيق: وتتمثل في العمل على ربط خطط العلاقات العامة مع خطك الادارات الأخرى مع منع التدخل والإزدواجية وكذا التعارض من خلال برمجة أنشطة العلاقات العامة مع الأنشطة الأخرى والتنسيق لفعاليات المتابعة والمراقبة لبرامج الادارة[3]، يمكن أن ندرج أيضا تقسيم عصام المصري:

– وضع برامج العلاقات العامة وادارتها في مجال العلاقات العامة في مجال علاقة الوحدة بجماهيرها سواءا كانت جماهيرا داخلية أو جماهيرا خارجية.

– الاشراف على الصحف والكتيبات أو النشريات التي تصدر الوحدة.

– إعداد جميع الأخبار والمقالات والصور وكذا وسائل التعبير التي تنقل عن الوحدة.

– إعداد التوصيات والنماذج عن البيانات أو خطب كبار المسؤولين عندما يطلب منها ذلك.

---

[1] محمد مصطفى أحمد: الخدمة الاجتماعية في مجال العلاقات العامة، دار المعرفة الجامعية ، 1999، ص71.

[2] محمد منير حجاب: العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة، دار الفجر للنشر والتوزيع 2007، ص56.

[3] محمد مصطفى أحمد: مرجع سابق، ص73.

- نصح الادارة فيما يتعلق بعلاقات العاملين على نحو يكفل شرح السياسة وإيضاح المشاكل[1].

* إلا أنه ثمة تقسيم يتفق عليه جل الباحثين في مجال العلاقات العامة تحصر في العمليات والوظائف الأساسية للعلاقات العامة، نوردها على الشكل التالي:

1- البحث:إن البحث هو استقصاء منظم يهدف إلى إضافة معارف يمكن التحقق من صحتها اعتمادا على طرق الاختبار العلمي، فالبحث هو التفكير العلمي الموضوعي الذي يتناول ظاهرة معينة أو موضوعا معينا أو مشكلة لدراستها وتحليلها وفق أسس علمية وصولا إلى نتائج تخدم الظاهرة موضوع الدراسة، وقد مرت العلاقات العامة بمرحلة تغلب فيها الطابع الارتجالي لمعرفة اتجاهات الجمهور ونتيجة التقدم العلمي والتكنولوجي حيث أصبحت هناك طرق وأساليب علمية في دراسة اتجاهات الجمهور وجميع البيانات والمعلومات المختلفة لدراسة المشكلة، ولابد من الإشارة إلى أن البحث - البحث عن الحقائق - يختلف عن عملية جمع المعلومات فالبحث يتطلب منهجا أساسيا للموضوع الذي تقوم على أساسه المعرفة التفصيلية الدقيقة التي تمثل ثمرة الدراسة العميقة لكتب المراجع المتخصصة، كما أن البحث في العلاقات العامة واستطلاعات الرأي العام لجماهير المؤسسة وكذلك تقوم الأبحاث بتحليل البرامج الإعلامية المختلفة وتقيم مدى كفاءتها ونجاحها في الوصول إلى الجماهير والتأثير فيها وفق معايير إحصائية[2].

2- التخطيط : وهي وظيفة أخرى من وظائف العلاقات العامة تمثل ذلك النشاط العقلي الإداري الذي يوجه لاختيار أمثل لاستخدام مجموعة الطاقات المتاحة لتحقيق أغراض معينة في فترة محددة، ومن أهم مراحل التخطيط في العلاقات العامة هي المرحلة المتمثلة في دراسة اتجاهات الجمهور وبالتالي يساعد هذا على التنبؤ بالرغبات والاحتياجات المختلفة، بما يجعل الخطط الموضوعة مستندة إلى أسس علمية ومعرفة شاملة بما يدور وتوقع أفضل النتائج[3].

3- الاتصال: الاتصال وسيلة لتنفيذ الخطة وهذا يتطلب ابتكار الإدارة وسائل نقل الخطة للواقع والاتصال هو العملية التي يتم من خلالها نقل المعلومات، وقد تكون رسالة شخصية أو مكتوبة أو صورة أو حتى إشارة، و الاتصالات ليست في اتجاه واحد ، أي أن العملية لا تقتصر على ارسال الرسالة واستلامها بل إدراك فحوها، حيث يتم الاتصال بين إدارة العلاقات العامة والادارات المختلفة في المجتمع وكذلك الاتصال بالمسؤولين وقادة الرأي لربط المؤسسة بالمجتمع وابراز صورتها الطبية وموقعها وأهميتها في خدمة الجمهور.

---

1 محمد مصطفى أحمد : مرجع سابق، ص، ص -96، 97.

2 عبد الرزاق محمد الديلمي : العلاقات العامة في التطبيق، دار جرير للنشر والتوزيع، الأردن،ط1، 2005، ص42.

3 المرجع نفسه : ص44.

4- التنسيق : تعتبر وظيفة التنسيق من العناصر المهمة في العلاقات العامة حيث يتم التنسيق بين إدارة العلاقات العامة والإدارات الأخرى داخل المؤسسة، إذ لا بد من أن يكون التنسيق مستمرا مع هيئات المجتمع المحلي والهيئات التي تماثلها والمراكز الإعلامية وتقوم كذلك بتأمين الاتصال الإعلامي اللازم لنقل صورة ووظيفة المؤسسة في خدمة المجتمع[1].

5- التقويم : لقد تم توضيح آلية عمل العلاقات العامة و وظائفها ابتداء من مرحلة البحث عن الحقائق ورسم الخطة – التخطيط – ووسائل الانفصال للوصول على الجماهير.

نأتي الآن إلى التقويم الذي يمثل المحطة النهائية في آلية عمل العلاقات العامة، كما أن هناك علاقة بين هذه المرحلة والمراحل السابقة الأخرى، وقد ظهر التقويم نتيجة الحاجة المستمرة، وكذلك هي تمثل عملية التحري العلمي عن الأخطاء واسباب القصور في البرامج المختلفة لتلافيها في الخطط المستقبلية بما يسهم في نجاح المؤسسة، وهذا يؤكد أن عملية التقويم هي عملية مستمرة تتزامن مع العمليات التحضيرية والتخطيطية وكذا التغييرية وهناك 03 أنواع من عمليات التقويم:

- التقويم – السابق – على التنفيذ.
- التقويم – المزامن – مع التنفيذ.
- التقويم – اللاحق – للتنفيذ[2].

والجدير بالذكر أتن البحث والتخطيط والاتصال والتنسيق والتقويم في عمليات وآليات ليس من الشهل تطبيقها في براتمج العلاقات العامة لكونها نشاطات نوعية يصعب قياسها بوسائل القياس المادية كالحجم والمساحة وانما تعتمد على المهارة البشرية مضافا إليها الأساليب العلمية المتطورة غضافة إلى ذلك فهي تتعامل مع تغيرات متباينة لذلك فان آليات العلاقات العامة تحتاج إلى مهارات عالية وإلى قدرة على التنبؤ والملاحظة[3].

ثانيا نماذج ممارسة العلاقات العامة: إن لكل علم أطره التصويرية والنظرية، والعلاقات العامة باعتبارها علما يقيم بوصف العناصر المميزة والظاهر، والعمليات الاتصالية والاجتماعية في التنظيمات لاد وأن تنطلق من نماذج محددة تهدف لشرح كل مايتعلق بالعلاقات العامة كعملية، حث يؤكد "كاهن" على أهمية إستخدام النماذج في مجالات الدراسات والتطبيقات المختلفة للعلاقات العامة، إذ يمثل النموذج من وجهة

---

1 عبد الرزاق محمد الدليمي: مرجع سابق، ص44.

2 نفس المرجع ك ص.ص 44، 45.

3 نفس المرجع : ص45.

نظره وظيفة معرفية تستخدم من زاوية تحليلية، فهمه النماذج تتمثل في تسهيل تنظيم الأحداث غير المترابطة كما تسهل الكشف عن العوامل التي تؤدي إلى تحقيق الفعالية في أنشطة العلاقات العامة.

تمثل النماذج إذن موجهات نظرية وعملية، تكفل لأي عمل علمي موضوعي النجاح إذا ما أجيد فهمها والاستعانة بأفضلها للواقع الفعلي، وتحتاج العلاقات العامة كعلم يستهدف التطبيق إلى التوصل على نموذج نظري أو مجموعة نماذج تستخدمها للتطبيق في مختلف المواقف والموضوعات إذ يمثل النموذج أساسا لتوجيه جهود إدارة العلاقات العامة نحو السداد والفعالية[1].

نظرا لأهمية النموذج في مجال العلاقات العامة وعلى الرغم من قلة الدراسة الخاصة باساليب هذه الممارسة إلا أن كلا من "جرونج وهانت" قد قدما أربعة نماذج لسلوك العلاقات العامة داخل وخارج التنظيمات من خلال تبنيهم لمنظور النسق المفتوح.

* **نماذج جرونج الأربع** : تقدم تلك النماذج تقييما تاريخيا للعلاقات العامة موضحة مفهوم وأهمية واسلوب عمل إدارة العلاقات العامة بما يتناسب مع كل مرحلة من المراحل وكل نمط من انماط وتتمثل فيما يلي:

- نموذج المؤسسة الصحفية: "Pressa gentry/ publicity Model"

ويعد هذا النموذج أول النماذج التي طهرت في تاريخ العلاقات العامة في الولايات المتحدة الأمريكية، وكان الهدف الأساسي لتطبيق ذلك النموذج هدف دعائي تسعى من خلاله المؤسسة إلى الانتشار، ولقد ظهر ذلك النمودج في نهايات القرن التاسع عشر حيث كانت المؤسسات الصحفية تهدف إلى كسب القراء والمعلنين، كما استخدمته المؤسسات المختلفة بهدف ضبط سلوك الجماهير الداخلية والخارجية، ويتميز النمكوذج بالتدفق الأحادي الاتجاه من المؤسسة للجمهور فقط دونما اهتمام بالتفدية المرقدة أو يرجع الصدى، وكان استخدام الأبحاث بهدف القياس غير الرسمي لردود أفعال الجماهير نحو المؤسسة إذا ما استدعى الأمر، ذلك ولم يكن إعلام الجمهور بالحقائق كاملة ضروريا بالنسبة للمؤسسة.

- نموذج إعلام الجمهور : "Public Information"

أما نموذج إعلام الجماهير، فقد ظهر في بداية القرن العشرين وكان هدفه الرئيسي نشر وبث المعلوملات بهدف تحسين سمعة المؤسسة، وهنا يتدفق الاتصال على مرحلتين، حيث ترسل المؤسسة رسائلها الاتصالبة للجمهور عن طريق أداة العلاقات الامة، وتتلقى رجع الصدى وهدف الاتصال هنا هو "الاقناع العلمي"، بحيث توظف مناهج وأساليب العلوم الاجتماعية لزيادة المثدرة لاقناعية للجهود الانفصالية للعلاقات العامة، وتلعب الأبحاث دورا مركزيا في هذا النمودح حيث يستخدم لتحديد الاتجاهات والآراء والتفاعل بين

[1] شدوان علي شيبة: مرجع سابق، ص.ص76، 78.

المؤسسة وجمهورها والأهم من ذلك أنها تستخدم لتحديد الاتجاهات فعالية الجهود التنظيمية للعلاقات العامة،، داخل وخارج المؤسسة والصورة الذهنية الخاصة بها.

ويعمل نموذج إعلام الجماهير على تةوظيف الصحفيين في المؤسسة لامداد الجمهور بالمعلومات الدقيقة، شريطة أت تكون تلك المعلومات منتقاة، ويتضمن ذلك النوذج إتصالا أحادي الاتجاه من المؤسسة الهدف الرئيسي من عملية الاتصال[1].

– النموذج اللا سيمتري : "غير المتناسق بالاتجاهين" :

ففي سنة 1920 ظهر هذا النموذج وتستخدمه من حوالي 20% من المؤسسات في الولايات المتحدة، وفيه ينحصر الفرض الأساسي للعلاقات العامة كل مايتوفر لهم من معلرفة علمية في بحوث العلوم الإجتماعية ونظرياتها لتحقيق أهدافهم الاقناعية وتحديد اتجاهات الجمهور نحو المنظمة والعمل على تغييرها بشكل يؤدي إلى قبول وجهة نظر المنظمة والتصرف بطريقة مؤيدة لها.

الاتصال هنا باتجاهين من المنظمة للجمهور ومن الجمهورللمنظمة، ولذلك فإن النموذج الإتصالي في هذا النموذج يشتمل على رجع الصدى، أما خاصية عدم التناسق التي تميز هذا النموذج فيقصد بها أن اللاقات العامة منحازة لصالح المنظمة ولا تحاول تغير أو تعديل أو تحسين وضع المؤسسات استجابة لآراء لجماهير وسلوكها إلا أنهم لا يقيمون مدى نجاحهم.

ومنه فالعملية الاتصالية، تنتج آثارا في واقع الجمهور لا في واقع المنظمة وللبحث في هذا النموذج أهمية خاصة حيث تستخدم العلاقات العامة نوعين من البحوث، البحوث التكوينية للمساعدة في إختيار الأهداف وتخطيط الأنشطة، والبحوث التقويمية إلى قياس أثر برامج ومجهودات العلاقات العامة في التأثير على اتجاهات وسلوكها، وتستخدمه في الغالب منظمات الأعمال التجاري أو الصناعية التي تواجه منافسة قوية في الأسواق شديدة التنافس وكذلك منظمات الأعمال التي تعمل في ترويج السلع الاستهلاكية.

– النموذج السيمتري ثنائي الاتجاهين: "المتناسق بالاتجاهين" :

تمثل هذا النموذج المرحلة التاريخية الأحداث للعلاقات العامة حيث بدأ استخدامه في الستينات من هذا القرن، وبالتالي فان استخدامه لايزال في بداياته، إذ تصل نسبة منظمات الاعمال التي تستخدمه في الولايات المتحدة الأمريكية 10% من مجموع المنظمات التي تمارس وظيفة العلاقات العامة، وهذه المنظمات ترغب في الوصول إلى حالة تقبلها كل الأطراف وتهدف العلاقات العامة فيها إلى تطوير حالة فهم متبادل

---

[1] شدوان علي شيحة: مرجع سابق ، ص.ص 109، 110.

بين الغدارة من جهة أخرى، وهي تستخدم لذلك بحوث ونظريات العلوم الاجتماعية ونظريات الاتصال بدلا من نظريات الاقناع.

ويتم الاتصال وفقا لهذا النموذج بالاتجاهين حيث تعمل العملية الاتصالية بذات القوة في كلا الاتجاهين ولا ينظر للمنظمة باعتبارها مصدرا للاتصال وللجماهير باعتبارهما مرتبطين مع بالعمل، فيقدر ما تهتم المنظمة باقناع الجماهير والتأثير فيها يؤثلا الجمهور في المنظمة وإدارتها لتقوم بتعديل سياساتها وقراراتها تلبية لرغبات واتجاهات الجمهور حيث يكون لدى منظمات الأعمال الاستعداد والرغبة لتكييف واقعها بما يتماشى مع مصلحة جماهيرها.

النموذج الاتصالي هنا لا يتكون من مرسل ورسالة ووسيلة ومستقبل وغتنما يتكون من مجموعة تمثل منظمة الأعمال ومجموعة أخرى تمثل الجماهير،وتتفاعلان وتتصلان مع بعضهما البعض حيث لا يوجد طرف يعتبر مصدرا على الدوام وطرفا يعتبر مستقبلا على الدوام، هذا النوع من الاتصال يعتمد المحاورة أساسا بتبادل الأدوار الاتصالية باستمرار المستقبل والمرسل.

إن البحث في هذا النموذج يستخدم النوعين التكويني والتقييمي، التكويني للتعرف على مفهوم المنظمة لدى الجمهور ومدى علمه بها، ولمعرفة ما لديها وبناءا على ذلك تقوم العلاقات العامة، بها بتقديم النصح والارشاد والمشورة للادارة العاليا حول ردود أفعال إزاء سياسات المنظمة واقتراح سبل تعديلها أو تغييرها لتكون أكثر فائدة، كذلك يستخدم النوع التكويني لمساعدة على وضع أهداف الرسائل الاتصالية، أما النوع التقييمي من البحوث فيستخدم لمعرفة مدى تحسن درجة الفهم المتبادل بين منظمة الأعمال وجماهيرها[1]

---

[1] محمد ناجي الجوهر: مرجع سابق ، ص.ص 263، 266.

شكل (4) النماذج الأربع للعلاقات العامة "لجرونج"

	المؤسسةالصحفية Press agentry	إعلام الجمهور Public Information	اللاسبيمتري Two Way asymonetric	السيمتري Two way Symmetric
1- الهدف	الدعاية	نشر المعلومات	الاقناع العلمي	التفاهم والفهم المتبادلين
2- طبيعة العملية الاتصالية	اتصال أحادي الاتجاه لا يهتم بالحقيقة	اتصال أحادي الاتجاه تحتل الحقيقة مكانة هامة	ثنائية الاتجاه تعتمد على التأثيرغير المتوازن	ثنائية الاتجاه تعتمد على التأثير المتوازن المتكافئ
3- نموذج الاتصال	المرسل-المستقبل	المرسل -المستقبل	المرسل-المستقبل المرسل(تغذية مرقدة)	المرسل- المستقبل رد الفعل

4- طبيعة الأبحاث	قليلة –سطحية	قليلة –عامة	تشكيل –تعديل الإتجاهات	تشكيل وتعديل الآراء،الاتجاهات لهدف فهمها
5- أهم روادها	P.T. Barnum	إيفي لي--EVY lee	بيرنز	بيرنز
6- مجالات التطبيق	مؤسسات الرياضة المسارح–ترويج المنتجات	المؤسسات الحكومية غير الهادفة للربح	المؤسسات الهادفة للربح	صالح للتطبيق بأي مؤسسة
7–النسبة	%15	%50	%20	%15 [1]

[1] شدوان علي شيبة: مرجع سابق ، ص128.

ثالثا تنظيم ادارة العلاقات العامة:

يقصد بالتنظيم حصر الانشطة اللازمة لانجاز الخطة وتقسيمها على اختصاصات للأفراد والأقسام والادارات وتحديد وتوزيع سلطة كل منها لما يتكافأ مع مسؤولياتها، ووضع إطار رسمي لعلاقات العمل بينها بفرض تمكين الافراد من العمل في انسجان وتعاون بما يحقق الأهداف المطلوبة بأعلى كفاءة ممكنة

ومن الضروري الاشارة ألى انه لايوجد شكل من اشكال التنظيم يمكن أن نطلق عليه التنظيم الامثل بل لأنه يختلف حسب الهدف والحجم ومدى فهم القائمين بالادارة لأعمال العلاقات العامة، بالاضافة إلى قدرة الأفراد الذين يشملهم التنظيم وكفائتهم ودرجة توافرهم والامكانات المتاحة لهم في تنفيذ هذه الأعمال.

كما يمكن القول أن التنظيم لا يعتبر هدفا إلا في حد ذاته انما يعتبروسيلة لتحقيق أهداف المنشأة أوالمنظمة، ولذلك نجد أن عدد المتخصصين في كل قسم من ادارة العلاقات العامة يتناسب بالضرورة مع حجم المنشأة، فقد يقوم بجميع أعمال العلاقات العامة واحد أو عدد محدود من أفراد منشأة صغيرة، وقد يصل إلى مايزيد عن الخمسين في الوزارات أو المنشئات الكبيرة.

والخلاصة أن الهدف الأساسي من تنظيم العلاقات العامة هو اسناد مهامها ووظائفها إلى متخصصين وخبراء قصد رسم لسمعة المؤسسة أو المنظمة أو المنشأة التي يعملون بها[1].

أ/ أنواع التنظيم الداخلي:

من المهتمين من يرى أن ادارة أو تنظيم العلاقات العامة جزء لا يتجزأ من عمل مدير المؤسسة، ومنهم من يرى أنها عمل ذو طابع استشاري يقوم به احصائيون في الاعلان والاعلام لتقديم المساعد للادارة الرئيسية في المؤسسة لاداء مهامها، ومنهم من يرى انها عمل تقوم به إدارة مستقلة مثل الادارة الهامة ومنهم المتواجدة في المؤسسة من ادراة التسويق إلى المالية إلى المستخدمين على الشؤون القانونية إلى غيرذلك من الإدارات من يرى أنها أنشطة توكل إلى مكتب خاص يتمتع مسؤولوه بالخبرة المهنية وهذا نيابة على المؤسسة مقابل مبلغ متفق عليه.

عموما هناك أربعة أنواع من التنظيم الداخلي التي يمكن أن تنظم بموجبها العلاقات العامة يمكن حصرها في ما يلي:

[1] غريب عبد السميع غريب– مرجع سابق ، ص–ص156 -157.

1- إسناد تنظيم العلاقات العامة كعمل فرعي للإداريين:

وفيه تسند أعمال العلاقات كوظيفة غضافية إلى أحد مديري المؤسسة علاوة على عمله الأصلي، فقد يكلف مدير العلاقات الصناعية مثلا بالقيام بأعمال العلاقات العامة بجانب عمله الأصلي، وغالبا ما نسب إلى مدير المؤسسة، إلا أن هذا النوع من التنظيم يوجه إليه بعض الانتقادات التي تقوم على أن من لا يفرغ لهذا العمل لن يوليه بالضرورة الاهتمام الكافي ولي يخصص له الوقت والجهد المطلوبيتن بقدر ما يخصص لوظيفته الأصلية بما يؤثر على فعالية الاداء[1] غالبا ما تكون المؤسسات التي تتبع هذا الأسلوب في التنظيم هي مؤسسات صغيرة لا تحمل أعيباء إدارة متخصصة للعلاقات العامة، لذلك فان العلاقات العامة في هذه الحالة تكون مهمشة تكواد نتكون نشاطاتها نادرة أن لم نقل منعدمة[2].

2- اسناد العلاقات العامة إلى ادارة مستشار خارجي:

تهدف العلاقات العامة إلى إقامة علاقة طيبة مع جماهيلا المتنظمة المختلف، فضلا عن وظيفتها الاستشارية فهي تتعامل مع لجماهير الداخلية والخارجية، وبذلك يتمثل دورها في تقديم النصح والارشاد والمشورة للادارات التنفيذية الأخرى عن مدى رضا جماهيرها المختلفة عن انشطتها[3]، فهي تقدم توجيهاهات واشارات تتعلق بأفضل الاساليب والوسائل المؤدية لبناء الفهم المتبادل بين المنظمة وجماهيرها[4].

لهذا تقوم بعض المؤسسات الكبرى بتفويض بعض مكتبات المستشارين الخارجيين في العلاقات العمة او الشركات العلان للقيام بأعمال العلاقات العامة نيابة عنها، وتوقع معها عقودا فيعتقد بعض الاداريين أن هذه المكتبات الاستشارية المتخصصة في العلاقات العامة قد اكتسبت خبرة طويلة ومهارات متعددة في فنون العلاقات العامة والاعلام والاتصال، وأنها يمكن أن تؤدي المهنة بشكل أفضل بكثير من الادارة الداخلية[5].

إلا أن تعويض أعمال العلاقات العامة أو شؤونها لمستشار خارجي له مزاياه وعيوبه نذكر منها:

مزاياه:

- يعتبر هذا المستشار متخصص في عمله ذو مؤهلات وكفاات عالية تسهل له اداء دوره .
- امتلاكه لخبرة من خلال عمله كونت لديه وقدرة على مواجهة المسائل الصعبة بدراية .

---

[1] سمير حسن منصور: مرجع سابق،ص329.

[2] جميل أحمد خضر : مرجع سابق،ص122.

[3] محمد فريد الصحن العلاقات العامة ، الدار الجامعية للطباعة والنشروالتزيع الاسكندرية1985،ص،ص49 -50.

[4] فخري جاسم سلمان وآخرون: مرجع سابق،ص99.

[5] جمال أجمد خضر: مرجع سابق، ص124.

– يتميز باستقلاله عن المؤسسة وادارتها وفي العادة لا يقتصر عمله على المؤسسة واجدة الأمر الذي يجعله مهيأ لمناقشة المسؤولين دون أي حرج وبعيدا عن اسي تاثير، بخلاف ما إذا كان رئيس قسم إو ادارة العلاقات العامة من العامملين بالمؤسسة الامر الذي يجعله اقل تحررا ةواكثر تكلفا في الاراء التي يبديها لادارة المؤسسة.

– إن ابتعاد المستشار عن تفاصيل حياة المؤسسة وعدم تدخله كطرف في شؤونها يساعده على تكوينه باية بصةورة موضوعيةومجردة.

– قد يكون في الجوء اللى مستشار للمؤسسة في بعض الحالات توفير للاعباء المالية التي تستند عليها برامج العلاقات العامة وذلك بالنظر لتوفر الوسائل والتجهيزات التي يؤمنها على اساس امكانية استعمالها لاكثر من مؤسسة في لوقت نفسه[1].

مساوئه:

– إن بعد المستشار عن واق الادارة وعدم تكريس وقته كاملا نشاطه لمصلحة المؤسسة يؤدي الى عدم وقوفه والمامه بجميع الامور التي تخصها والمستجدات السريعة التي تلحق بها، وكذلك بقدر تعرفه على جميع العاملين بها.

– ان قيام المستشار باعمال على مستوى الادارة العليامباشرة من شانه في مكثير من الاحيان إلى إثارة حفيظة المديرين أو المسؤولين عن العلاقات العامة في المؤسسة ودفعه في بعض الحلات على عدم التعاون المخلص مع المستشار.

– قد تكون في بعض الاحيان الاستعانة بمستشار اكبر بكثير من التكاليفيف التيقد يتطلبها تحقيق العلاقات العامة عن طريق اجهزة المؤسسة، لذا لا يجب اللجوء اليه عندما يون باستطاعة المؤسسة ان تحقق ما تصبوا اليه عن طريق جهازها وعناصرها[2].

3– العلاقات العامة تحت إدارة داخلية بالتعاون مع مستشار خارجي:

على الرغم من انكثيرا من المؤسسات الضخمة لها ادارات متخصصة في العلاقات العامة إلا أناه تبني علاقة وطيدة مع مستشار خارجي للعلاقات العامة، وذلك لأنه في الوقت الذي يتميز فيه المستشار الخارجي بالنظرة الموضوعية الشاملة، تتميز بالمقابل الادارة الداخلية، بأكثر قدرة على رؤية التفاصيل والجزئيات التي تضفي الدقة على الصورة الشاملة التي يراها المستشار[3].

---

[1] سمير حسن حسن منصور–مرجع سابق–330.

[2] المرجع نفسه: 330 –331.

[3] علي عجوة – مرجع سابق– ص.37.

والجدير بالذكر أنه ليست هناك قواعد موحدة لصياغة التكامل بين الخبير الداخلي والمستشار الخارجي في العلاقات العامة، فما قد يكون مناسبا لإحدى المنشآت قد لا يناسب أخرى وفقا لطبيعة البأنشطة التي تمارسها و الجماهير التي تتعامل معها.

وعموما فان هذا التكامل لن يتحقق إلا قامت إدارة العلاقات العامة بتوفير المناخ الجيد للمستشار الخارجي ومدة جمع المعلومات التي تمكنها من اداء مهمته على أكمل وجه[1].

4- تنظيم العلاقات العامة تحت ادارة متخصصة:

إن عبئ أنشطة العلاقات العامة على مستوى الفرد أو المؤسسة الصغيرة يتم على عاتق الشخص الاحد الذي يتولى مهمة تحقيق اللعلاقات العامة التي يقدرها في نطاق حاجته أو حاجة المؤسسة التي يملكها أو يشرف عليها أو يرعاها، على خلاف إدارات المؤسسات الكبرى، فالأمر يختلف ويكون نشاط العلاقات العامة متميزا عن سواه من النشاطات المقررة لتنمية الفروع.

أما عن تنظيم العلاقات العامة فهو قائم كغيره من التنظيمات على أساس الاهداف المحددة والامكانات المتوفرة والأهمية المعطاة له من قبل المؤسسة أو الادارة[2].

والملاحظ أنه في معظم المنظمات الكبيرة التي تتعامل مع جماهير مختلفة يكون اختصاص لبعبلاقات العامة موكلا إلى ادارة متخصصة في علم العلاقات العامة وقواعده وفنونه الاتصالية. ومثل هذا التنظيم هو المعروف والممارس في أغلب المؤسسات- حكومية كانت أو خاصة- إذ تكون فيها العلاقات العامة إدارة مستقلة بذاتها أو جزءا هاما من ادارة أخرى كإدارة الشؤون الادارية في بعض المؤسسات مثلا[3].

ونظرا لشيوع هذا النوع الأخير من أنواع التنظيم الداخلي للعلاقات العامة في المؤسسات الكبرى في الدول المتطورة، ارتاينا ان نتعرض بالتفصيل لأجهزة وادارات العلاقات العامة وفروعها وأقسامها وعلاقاتها بالادارة العليا للمؤسسة.

ب/ أساليب تنظيم جهاز العلاقات العامة:

---

[1] محمد فريد الصحن: مرجع سابق، ص72.

[2] حسن الحلبي : مرجع سابق ، ص65

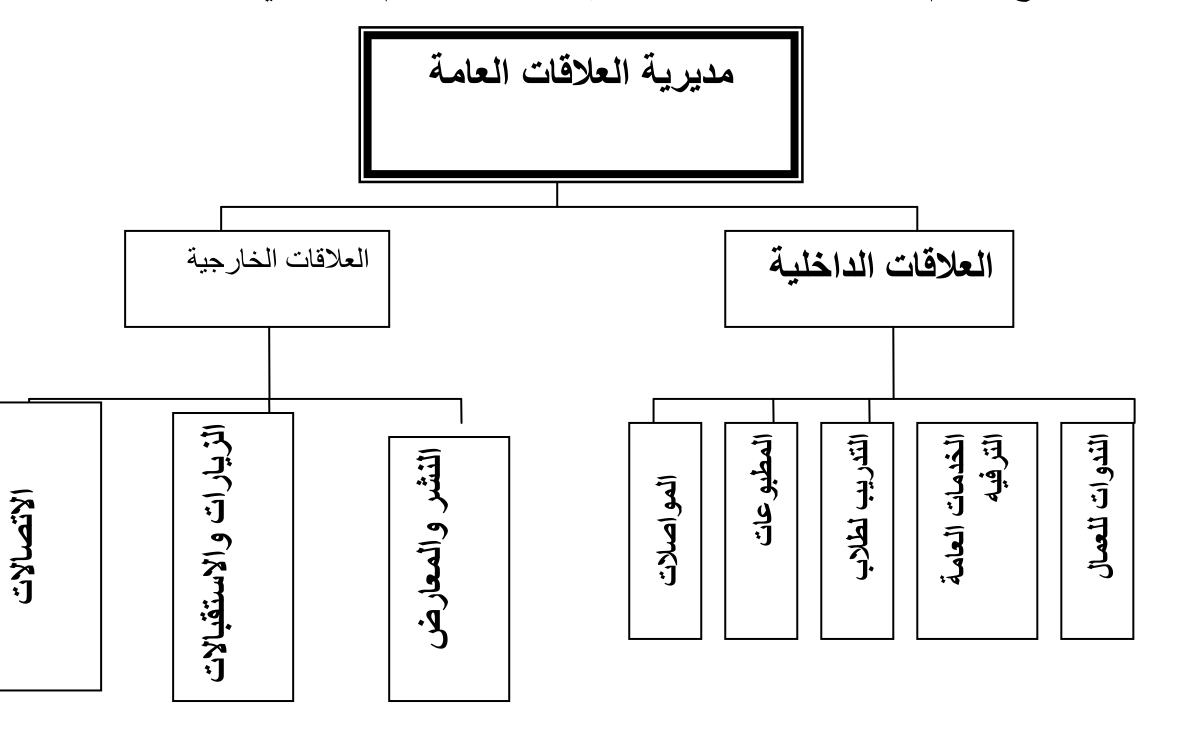
[3] المرجع نفسه:ص65.

تختلف أجهزة العلاقات العامة من مؤسسة لأخرى وفقا للحجم والامكانيات المادية والبشرية والوحدات التي يتكون منها الجهاز، ونعرض فيما يلي أساليب تنظيم أجهزة العلاقات العامة وذلك على النحو التالي:

*** التنظيم الاتصالي (أسلوب الاتصالي):**

هذا الأسلوب من التنظيم مبني على أساس الاتصالات والعلاقات لفئات الجماهير المختلف التي يتعامل معها جهاز العلاقات العامة سواء من حيث النوع والثقافية والطبقة الاجتماعية والاقتصادية ووفقا لذلك يحدد الوحدات التي تختص بالتعامل مع نوع معين من الجماهير، وأخرى للتعامل مع الجماهير الخارجية سواء من الموردين أو المستهلكين أو أصحاب الأسهم [1].

شكل (5): يوضح تنظيم العلاقات العامة باستخدام أسلوب التنظيم الاتصالي:



المصدر : عبد الحق محمود صابح وآخرون: مراجع سابق، ص270.

*** أسلوب التنظيم الوظيفي (الأسلوب الوظيفي):**

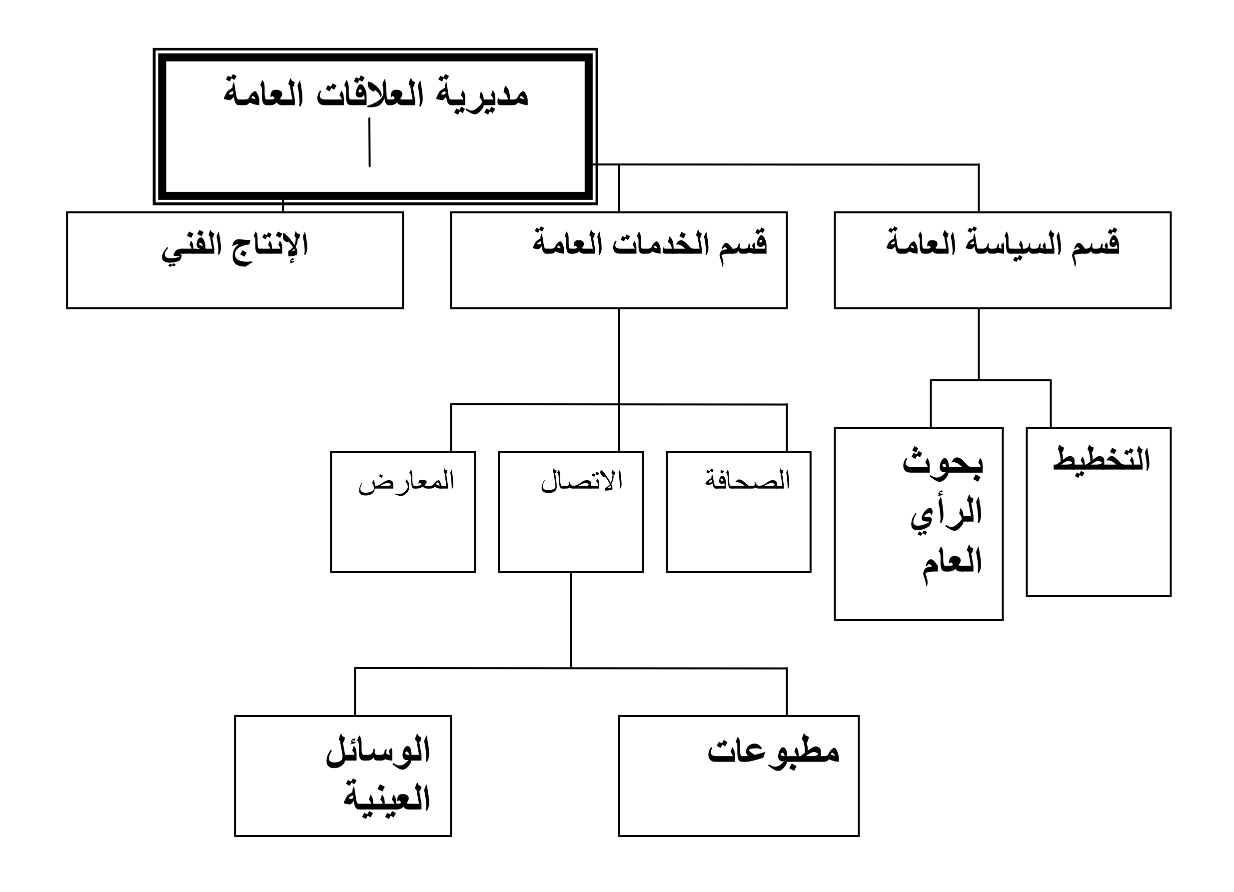
هذا الأسلوب مبني على أساس تقسيم أنشطة العلاقات العامة بحسب أنواعها وفي هذه الحالة ينظم جهاز العلاقات العامة إلى وحدات تختص كل منها بنوع معين من النشاط حيث تكون أعمال الصحافة

---

[1] محمد عبد الفتاح عبد الله: ادارة الهيئات الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، 2006،ص 294 .

والإذاعة في حدة إدارية، وللبحوث في وحدة إدارية أخرى والخدمات العامة في وحدة ثالثة [1]، ويمتاز هذا الأسلوب بالتخصص في المعرفة والخبرة والإشراف الكامل على كل نوع من العمليات والتخطيط لها وتنفيذها.

شكل (6) يوضح: تنظيم جهاز العلاقات العامة بإحدى المؤسسات وفقا لأسلوب التنظيم الوظيفي.



المصدر : عبد المحي محمود صالح وآخرون: مرجع سابق، ص271.

3- القائم بالعلاقات العامة:

ان النجاح الأسمى لتنظيم العلاقات العامة يتوقف الى حد كبير على العنصر البشري في التنظيم و ذلك ما يوضح أهمية انتقاء العنصر البشري عامة، و انتقاء رجل العلاقات العامة خاصة، هذا الأخير الذي له دور مهم و رئيسي في انجاح العلاقات العامة بالمؤسسة، لذلك فمن الواجب أن تتوفر فيه عدة خضائص تتعلق بعدة جوانب منها، المؤهلات الشخصية، المؤهلات الاتصالية، المؤهلات الادارية أو الوظيفية.

[1] محمد عبد الفتاح محمد: العلاقات العامة في المؤسسات الاجتماعية (أسس و مبادئ)، المكتب العلمي للكمبيوتر و النشر و التوزيع، الاسكندرية، 1994، ص 197.

أولا الخصائص الشخصية: و تتمثل في:

- قوة الشخصية و الجاذبية: اذ يجب أن يكون حسن الحديث و الهندام ، مؤثرا في الاخرين.

- حب الاستطلاع و خصوبة الخيال: فالمشتغل بالعلاقات العامة بحاجة دائمة للمعلومات و بحاجة للخيال الخصب عند تخطيط برامج المستقبل، ووضع الحلول للممشاكل، و تصور نتائج القرارات قبل اتخاذها.

- الشجاعة في الرأي: يحتاجها رجل العلاقات العامة عند مواجهة رؤسائه بالحقائق المجردة، فلا يرائي و لا يكذب بل ان تحمله المسؤولية بالأمانة، والاخلاص تقتضيه أن يصر على الرأي الصحيح، و أن يواجه به الرؤساء،و أن يدافع عنه بكل اصرار [1].

- الموضوعية: لابد أن يكون رجل العلاقات العامة موضوعيا في تفكيره [2]، أي له القدرة على النظر للأمور نظرة مجردة و التعرف على العيوب حتى و لو كان هو مصدرها.

ثانيا المؤهلات العلمية و الثقافية: يجب أن يكون رجل العلاقات العامة مزودا بالأصول العلمية و العملية المرتبطة بالعلاقات العامة ، كدراسة علم الاجتماع، و الاعلام و الاتصال، الادارة، الى جانب الاحاطة بالمناهج العلمية التي تستخدم في العلاقات العامة ،حاصلا عل شهادة علمية من معهد أو كلية خاصة بالعلاقات العامة، أو على الأقل بإحدى تخصصات الإدارة، أو اللغات أو الإعلام والاتصال هذا بالاضافة على ضرورة توفر الرصيد الثقافي الواسع، والتحكم في عدة لغات أنبية مع معرفة تقنيات الإعلام والاتصال وأساليب توظيفها.

ثالثا المؤهلات الاتصالية: تتمثل في :

- القدرة على القراءة : وهي مهمة جد من أجل الحصول على المعلومات والاستفادة من المصادر المكتوبة، كما أنها تساعد على إتقان اللغة.

- الاستماع و القدرة على الكتابة: يتطلب من رجل العلاقات العامة اليقظة والاستماع الجيد للجماهير ليتمكن من تحليل صحيح، ويقصد بالكتابة تلك الواضحة، الخالية من التعقيد

- التخاطب: يعني الحديث الواضح، الجذاب والمؤثر في الجمهور المتلقي .

---

[1] محمد بن ابراهيم التويجري: موسوعة الادارة العربية الاسلامية، مجلد 04، المنظمة العربية للتنمية الادارية، جامعة الدول العربية، 2004، ص 323 ,

[2] محمود محمد الجوهري: اتجاهات جديدة في العلاقات العامة، ط1،مكتبة الأنجلو مصرية، القاهرة، 1971، ص 119.

- الحس الفني : يستخدم أحصائي العلاقات العامة مختلف وسائل الاعلام مما يفرق عايه معرفة خصائصها، وامتلاك ذوق فني سليم يمكنه من الاستخدام الأمثل لكل منهما [1].

رابعا المؤهلات الإدارية الوظيفية : تتمثل في :

- القدرة على مواجهة المشاكل الادارية : أي تحمل المسؤولية ومراجعة الممعوقات، ويتطلب ذلك منه العبر ورباطة الجأث القوية عن مواجهة الآخرين.

- القدرة على هيكلة العمل : يفترق في رجل العلاقات العامة حمل مهارات رجل التنظيم في تصميم الوحدات الإدارية، وتوزيع الوظائف جمرونه وقدرة على تفعيل العاملين، مع قدرة أيضا على توفيق المعلومات.

- القدرة على صنع القرارات واتخاذها : بسبب الحاجة المستمرة لاختيار البدائل في وظيفة العلاقات االعامة/ فهذا المؤهل ضروري وحسن لتسهيل مشاركته في صنع القرارات في المستويات الإدارية العليا.

- التحكم في المفاهيم الإدراية بدقة: تتطلب وظيفة العلاقات العامة تواصلا يوميا مستمرا معه الإدراة العليا، ومن أجل بناء لغة مشتركة معها يفترض إدراك المفاهيم الإدراية بشكل جيد.

على ضوء ما تقدم عرضه ندرك أن صعوبة في ايجدا الفرد الذي يتجلى بكل تلك الصفات الوادة أعلاه كما أنه ليس هناك رجل مثالي في العلاقات العامة، ملم بكل هذه السمات المذكورة، بل إتن هناك رجل العلاقات العامة الناضج الذي تتشكل أخلاقياته وخبراته وفقا لبعض المعايير السابق ذكرها[2]

ثانيا العلاقات العامة بالشرطة:

1- مفهوم العلاقات العامة بالشرطة:

تعبر ممارسة العلاقات العامة بالشرطة بشكل متفاعل وإقناعي من ضرورات العمل الأمني واساسياته وعلى الرغم من غياب توفر دراسة خاصة بأساليب هذه الممارسة في مديريات الامن والشرطةالأمن والشرطة إلا أنه يمكن غعتماد طرق واساليب الممارسة العامية للعلاقات العامة في منظمات الأعمال المختلة باعتبار أن الاجهزة الامنية منظمات أعمال ينطبق عليها ما ينطبق على منظمات الأعمال الأخرى[3] من حيث تبني استراتيجية واضحة المعالم لممارسة العلاقات العامة في إطار القيام بوظائف

---

[1] خبراء مركز الخبرات المهنية للادارة: العلاقات العامة (الأسس و المبادئ)، مجلة المناهج التدريبية المتكاملة، اشراف عبد الرحمان توفيق ، ط1، 2003، ص 40.

[2] www.Sudanradio.info/Arabic/23/12/2009,h10:15

[3] محمد ناجي الجوهر: مرجع سابق، ص.ص 261، 262.

ومهام معينة إستعانة بعمليات التخطيط والأبحاث والبرامج واعماد نماذج تطبيقية مع تنظيم محمكم لجهاز العلاقات العامة وغير ذلك من عناصر استراتيجية العلاقات العامة المشار إليها في فصل سابق.

وتعرف العلاقات العامة بالشرطة أنها: " فن إبراز الجهود الصادقة التي تؤديها الشرطة للمجتمع لإقناع الجماهير بمدى أهمية هذه الجهود لحمايتهم وأمنهم جميعا، ولكسب ثقتهم وتأييدهم وتعاونهم مع رجال الشرطة وفي نفس الوقت تعمل على إعداد ودعم جهاز الشرطة"[1]

ويكون هذا الدعم علمي وثقافي ومعنوي وسياسي واجتماعي لرجل الشرطة لينهض هذا الأخير برسالته على أكمل وجه.

من خلال ما عرضناه سابقا حول ماهية العلاقات العامة أدركنا أنها صلة بين طرفين، أحد هذين الطرفين غير معروف ومحدد للآخر على وجه التحديد، لكن تربطهما مصلحة مشتركة وانطلاقا من هنا نستطيع القول بأن العلاقات العامة بالشرطة هي رابطة بين جهاز الشرطة وبين المواطنين أساسها المصلحة المشتركة والمتبادلة بينهما.

فمصلحة الشرطة هي أن تنجح في تحقيق رسالتها بتوفير الأمن والطمأنينة والاستقرار للمواطن،والشرطة تدرك أن نجاحها في ذلك لا يمكن أن يتحقق بغير تعاون المواطنين معها,ويتمثل هذا التعاون في تقبل المواطنين للتعليمات والقوانين والنظم التي على تطبيقها تسهر الشرطة فأن تقبل الناس مثلا تعليمات رجال الأمن على مستوى الطرق والتقليل من وقوع حوادث المرور وهوأمر يهم الشرطة لأنها تسعى الى تحقيقه......

أما مصلحة المواطن فتأتي من حاجة كل مواطن ألى العيش في جو من الأمن والطمأنينة والاستقرار,ففي ظل الأمن يستطيع كل مواطن أن يعمل ويكسب قوت حياته,فالأمن بالنسبة لكل مواطن هو المناخ الذي يريد أن يعيش فيه لأن كل أوجه النشاط التي يمارسها لا يمكن أن تتم الا في ظل جو يسوده الأمن.....

من هنا تلتقي المصلحتان اذن...فالشرطة تسعى الى تحقيق الامن والمواطن يريد اللأمن والمواطن يريد الأمن,ومن هنا تنشآ العلاقة بين الشرطة والمواطن ....علاقة تقوم على أساس تبادل المصلحة .

2– مكانة العلاقات العامة بالشرطة:

[1] مجلة الأمن الوطني للشرطة: العلاقات العامة في الشرطة ودرها في خدمة المواطن، العدد 9 جوان 1977، تصدر عن المديرية العامة للأمن الوطني، ص25.

أولا أهمية العلاقات العامة بالشرطة: يتضح لنا من التعريف السابق للعلاقات العامة في الشرطة من جانب أول مدى أهمية وجود هذا الجهاز في عمل الشرطة لمساندتها في نشر رسالتها وإقناع الجماهير وكسب ثقتهم وتأييدهم ومد يد العون للمساهمة في تحقيق الأمن والطمأنينة، هذا بالنسبة للجماهير الخارجية، كما يثبت من جانب ثان فيما يتعلق بالجمهور الداخلي العناية الفائقة بغرس وتعميق المبادئ الأخلاقية والثقافية والمعنوية والدينية في نفوس العاملين ورعايتهم إجتماعيا وماديا من أجل حثهم على العمل للنهوض برسالة الشرطة على أكمل وجه.

كذلك ومن جانب آخر هذين الطرفين غير محدد للآخر على اوجه اليقين وإن كان كل طرف منهما يرتبط بالآخر برابطة المصلحة المتبادلة، فالشرطة تهدف إلى نشر رسالتها وتحقيق أمن المجتمع وحمايته عن طريق تأييد الجماهير وتعاونها، والجماهير في نفس الوقت يهمها بالدرجة الأولى العيش تحت مظلة الأمن والاستقرار، وهنا يبرز دور العلاقات العامة في تحقيق هذه الغايات والأهداف للطرفين، لأن مصلحة الشرطة هي ان تنجح في تحقيق رسالتها بتحقيق الأمن والاستقرار للجماهير الواسعة ولن يتحقق لها هذا الا إذا تجاوبوا معها .

ومن هنا تبرز أهمية المسؤولية التي تنهض بها العلاقات العامة في الشرطة من خلال الدور الذي يلعبه الراي العام في إقرار الأمن ومكافحة الجريمة أو السلوك المروري السلبي، وحيوية الدور الذي يؤديه العاملون في جهاز الشرطة بصفة عامة في تحقيق رسالتها وأهدافها.

ويمكن أن نستشف أهمية ودور العلاقات العامة بالشرطة بناءا على التعريف الذي أدرجه الدكتور جاسم خليل مبرزا للعلاقات العامة بالشرطة باعتبارها في قوله:

"العلاقات العامة في الشرطة بمدلولها الوظيفي تعبير عن السلوب العلمي الامثل والمخطط سلف، المتبع للإتصال بالجماهير الواسعة بفرض توعيتعم وإرشادهم وإقناعهم بما تؤديه الشرطة من خدمات لتحقيق أمنهنم واستقرارهم والعمل على كسب ثقتهم وتأييدهم لرجال الشرطة في تحقيق رسالتها ورفع مستوى الأداء في جهازها "[1].

ولمزيد من إيضاح عناصر أهمية العلاقات العامة بالشرطة وفق هذا التعريف ندرج مايلي:

* **أسلوب علمي أمثل للاتصال:** يراد بهذا العنصر أنه ثمة طائفة من الأساليب النفسيةو العلمية المتسمة بالملائمة والمقدرة على تحقيق الأهداف المخططة تتبعها الشرطة لأداء رسالتها في الأمن والاستقرار سواء

[1] محمد قيراط د. إسماعيل عبد الباري: مرجع سابق، ص 46.

أفرغت في قالب مباشر لها كحملات التوعية المرورية والمحاضرات والندوات وإقامة المعارض، أو في قالب غير مباشر يتخذ غالب صورة النداءات التحذيرية والإرشادية من خلال أجهزة الإعلام المختلفة.

* **تعدد وتنوع أساليب التوعية والإرشاد والإقناع**: تهدف رسالة الشرطة إلى توعية الجماهير بالمخاطر التي تحيط بهم وتعكر صفو أمنهم واستقرارهم، ليس هذا فحسب بل وتعتمد الشرطة الى إرشادها الى مثل هذه المخاطر بتوجيه النصائح والإرشادات لها بتفاديها مع عدم إغفال موضوع الإقناع الذي توفر أجهزة الشرطة له جميع السبل من اجل تحقيقه لان متى اقتنع الناس برسالة الشرطة أصبح عندهم الاستعداد للتعاون وإيجاد الثقة المتبادلة.

تظهر أهمية الآثار المترتبة عن تحقيق رسالة العلاقات العامة في التوعية للجماهير وإرشادهم فضلا عن إقناعهم بتلك من خلال التعدد والتنوع الكبيرين لوسائل الاستقبال المتاحة أمام رجال العلاقات العامة لإحداث هذا الأثر الثلاثي لدى الجماهير ذلك أن مثل هذا التعدد يتيح لها فرصة المفاضلة والاختيار للأسلوب الأكثر ملائمة من سواء الإتباع في ظل تحقيق عنصري السرعة والفاعلية في إحداث الأثر له على وجه لا يتوقف لها عداه من الأساليب ، وهذا أمر يتوقف علا الظروف المحيطة بكل حالة علا حدا وبطبيعة الهدف المخطط له وبنوعية الطائفة الجماهيرية الموجه إليها ، وبتوقيت المتخذ خلاله الأسلوب المعني وجميعها أركان اساسية لانتقاء أكثر تلك الأساليب ملائمة، ولضمام ترتب الآثار الارشادية والاقناعية لدى جماهير العلاقات العامة الداخلية والخارجية على السواء.

* **كسب ثقة وتاييد الجماهير**: من الطبيعي ان الشرطة حين تضطلع بنشر رسالتها وتحقيق اهدافها ان تجرلى في المقام الاول على كسب ثقة وتاييد المواطن المواطن لها ،وتتامل منهم المساعدة ان بدون مساعدته فإن الفشل سيكون مآل جهودها وجميع نشاطاتها، إذ هناك أمثلة كثيرة عن جهود عن جهود الجماهير التسي ساهمت في الكشف جرائم وقعت أو كادت تقع، وهذا ما يؤكد مدى أهمية تعاون الجماهير مع اجهزة الشرطة في آداء رسالتها القمعية، هذا ةليس ثمة شك في ان توفر عنصري الثقة والتأييد من جانب جماهير العلاقات العامة أمر لن يتحقق إلا إذا اجتمع له شرطان أساسيان، أحدهما يتحرى القائمون على أمر الاتصال بالجماهير من رجال العلاقات العامة الصدق والأمانة في الكشف عن الحقائق وفي القيام بمهامهم إذ بدون ذلك لن يحظوا بالثقة عن أول اصطدام بالواقع، وثانيهما أن تتصف عملية الثقة بكونها متبادلة من الطرفين أي من جانب كل من الجماهير والقائمين على أمر العلاقات العامة [1] .

---

[1] محمد قيراط واسماعيل عبد الباري: مرجع سابق، ص.ص 46، 47.

* **رفع مستوى رجال الشرطة:** و يتعلق هذا العنصر بالدرجة الأولى بالعاملين في جهاز الشرطة من عسكريين ومدنيين ذلك أن ما تقوم به العلاقات العامة بالشرطة لأفراده من رعاية في المجالات المختلفة الاجتماعية أو الثقافية أو المعنوية و رفع مستوى ادائهم المهني من خلال رفع مستواهم المادي و المعنوي سينعكس بلا شك بدوره على إدارة العلاقات العامة في أجهزة الشرطة و بالتالي تحقيق أحسن النتائج و كذا تويد العلاقة بين الشرطة و الجمهور و منه القضاء على كل ما من شأنه المساس بأمن المواطن[1].

ومن هذا المنطلق لمفهوم العلاقات العامة في الشرطة يتضح مدى الاهمية التي تؤديها العلاقات العامة بالشرطة ومكانتها بهذا الجهاز على الصعيدين الداخلي والخارجي.

الى أن مهمة العلاقات العامة بالشرطة و رسائلها النبيلة لا تخلو من المصاعب التي تحول في أغلب الأحيان الى عدم تحقيق النتائج المنتظرة ، وذلك نظرا لوجود العديد من المعوقات.

ثانيا معوقات العلاقات العامة بالشرطة : ومن بينها نذكر:

– **غياب العنصر البشري المؤهل** والمدرب للقيام بمهامك ومسؤوليات ها الجهاز، فليس ثمة شك في أن عدم توفر العناصر البشرية المؤهلة القادرة على العطاء وعلى مواكبة التطور الحديث الذي يسود ومجال العلاقات العامة باستمرار من شأنه إعاقة عملية التحديث وبالتأكيد سيساهم في إضفاء الطابع التقليدي القديم على برامج العلاقات العامة.

– **غياب الإمكانيات**: الامكانيات المادية الملائمة ووسائل الاتصال الحديثة بمختلف أنواعها لخدمة برامج العلاقات العامة من معوقات العلاقات العامة وتحقيق رسالتها، وينعكس ذلك بسلبية في مجالي رسم السياسة العامة ووضح الخطط المستقبلية الكفيلة بتنفيذ أهداف العلاقات العامة بالشرطة.

– **عدم وجود برنامج علمي مخطط للحوافز**: بنوعيها الايجابي والسلبي تحقيقا لمبدأ الموازنة والتنسيق بين عنصري الثواب والعقاب ومن هنا كان من المحتم وضع سياسة علمية لتلك الحوافز بحيث تؤدي إلى مساعدة الأفراد وتحفيزهم من ناحية على تقديم خدمات أفضل في هذا المجال وتشجيعهم على الابتكار والتجديد في برامج العلاقات، فضلا عن تقويم ذوي السلوك المعوج منها ردعا لهم ومنها لغيرهم من اوقوع في دائرة الخطأ.

[1] الأسبوع الاعلامي للوقاية من حوادث المرور: كلمة عميد الشرطة لأمن ولاية سطيف بدار الثقافة هواري بومدين بمناسبة افتتاح فعاليات الأسبوع الاعلامي للوقاية من حوادث المرور،سطيف، يوم 25 /2010/04، على الساعة 11 .

– **عدم الاستجابة لبرامج العلاقات العامة** يعد هو الاخر عائقا لايمكن إغفاله أو اتغاضي عنه وذلك أن عدم استجابة القائمين على أمر العلاقات العامة لبرامجها من شانه أن يسهم في احداث فجوة بين رجل العلاقات العامة والجماهير منا يضعف من ايéصال الرسالة بالشكل المراد.

– **عدم الانفتاح في سياسة وبرامج العلاقات العامة**: على الدول المتقدمة في هذه المجالات قد يشكل عائقا أمام سياسات ومناهج التحديث والتطوير المستهدفة، كما وأن عدم الانفتاح في سياسات وخبرات الآخرين في هذا المجال والاستفادة من تجاوربهم والعمل على تطوير هذه الخبرات والتجارب بما يتلائم وطبيعة العمل لدينا أمر يترتب لا محالة على نوع أو آخر من التردي والنهيار الهيكلي للبناء التنظيمي للإدارة وللأسس القائمة عليها في منظورها الانساني أو العام، ويمكن تفادي ذلك العجز من خلال عدة طرق يتصدرها في الأهمية والأولوية إيفاد العاملين في بعثات أو دورات خارجية للوقوف عن كثب على أحدث ما توصل إليه من سبقونا في هذا المجال من أساليب الاتصال الجماهيري الحديث [1].

3 العلاقات العامة الخارجية و الداخلية بالشرطة:

أولا العلاقات العامة الخارجية:

بما أن العلاقات العامة هي فن التعامل الناجح مع الناس فان المختصين بالعلاقات العامة يسعون للاتصال بالجماهير وصولا للرأي العام لتحقيق أهدافهم من أجل إقامة علاقات طيبة مع الجمهور، وصفة الطيبة همنا تحمل معن ودجلالات كثيرة منها انها ترتكز على مبادئ أخلاقية أهمها الاعلام الصادق والابتعاد عن الزيف أو الرغبة في التسلط على الجمهور أةو على قيادة الادارة.

في إطار ذلك تسعى العلاقات العامة بالشرطة إلى تحقيق العديد من الاهداف على نطاق جمهورها الخارجي التي على ضوئها تعمل على كسب ثقته وتأييده للأهداف التي تحرص أجهزة الشرطة على تحقيقها، وتتمثل هذه الأهداف على النحو الآتي :

– **تنمية ثقة الشعب بجهاز الشرطة**: إذ يتحقق ذلك بتطوير السلوك العام للشعب في الاتجاه الملائم لتحقيق أغراض الشرطة وتبصير المواطنين بأهمية تعاونهم مع لاجال الشرطة من أجل مكافحة الجريمة أو التقليل من الحوادث المرورية، ذلك أن الشرطة وحدها لا تستطيع القيام بمهمة استتباب الامن ما لم يتكاثف ويتعاون الجمهور معها.

[1] محمد قيراط واسماعيل عبد الباري: مرجع سابق ، ص-ص، 52، 53.

– **تيسير الاتصال المباشر بالجماهير**: تهدف إدارة العلاقات العامة في الشرطة إلى نقل آراء الجماهير ومقترحاتهم إلى الجهات المختصة للوقوف عن كثب على ما يقال ويتداول عن جهاز الشرطة والرد عن الاستفسارات المطروحة ونقلها إلى الإدارات العليا انتظارا للرد عليها.

– **تبصير الجماهير بالحصول على الخدمات والمنافع**: فمن أهداف العلاقات العمة بالشركة إرشاد المواطنين والذي تربطهم مصالح بأجهزة الشرطة وبأيسر الطرق وأسرعها فمثلا حين يقوم قسم العلاقات العامة في الشرطة بتوضيح إجراءات تسجيل المركبة أو إجراءات الحصول على رخصة القيادة فهو بذلك يسهل من هذه الإجراءات ويبصر المواطنين بالطريق السليم للحصول على هذه الخدمات دون عناء أو تعب وهذا من شانه توفير وقتهم وجهدهم.

– **تحقيق المصلحة المالية والاقتصادية**: تؤدي العلاقات العامة في الشرطة دورا إقتصاديا هاما لخدمة الجماهير وذلك لأنها تحول بينه وبين فقدانه أمواله وممتلكاته بتعميق الوعي لديهم لتجنب أسباب وقوع الحوادث بخاصة فيما يتعلق بسرقة السيارات والمنازل والمتاجر، كما تسعى العلاقات العامة في هذا الصدد إلى بيان وشرح الاساليب التي يلجأ إليها المحتالون في تنفيذ مثل هذه الجرائم حتى يكون المواطن على بصيرة وحرص من ذلك.

– **التعريف بدور الجهاز** واساليبه العلمية والحديثة المحققة لرسالته: ثقوم العلاقات العامة في الشرطة بدجرو ثقافي، من خلال إعلام الجماهير بمختلف النشطة والأعمال التي تقوم يها أجهزة الأمن، ونشر التقارير الخاصة بعدد الحوادث ومعدلات الجرائم، وتوضيح الأساليب العلمية الجديدة التي تلجأ إليها أجهزة الامن في كشف الجرائم، وبهذا الدور تضيف معلومات جديدة لم تكن لتتحقق غلا عن طريق جهاز العلاقات العامة بأجهزة الشرطة.

– **توثيق الروابط بأجهزة الاعلام ومختلف أجهزة الدولة**: وذلك بتنمية التعاون المستمر والتفاهم الأفضل مع أجهزة الاعلام عن طريق تزويدها بالأخبار المتعلقة بالشرطة وإمدادها بالاحصائيات "حوادث المرور مثلا" والصور اللزمة وتحديد المواعيد الخاصة بالمقابلات والمؤتمرات، إيمانا منها بأهمية وسائل الاعلام في نشر الرسالة الشرطية وتوصيلها إلى الجماهير، فلا غنى عن أجهزة الاعلام في العمل الشرطي لتحقيق مصلحة المواطن.

كما تهدف العلاقات العامة بالشرطة على إقامة جسور التعاون وتوثيقها بمختلف أجهزة الدولة بتدعيم التعاون المشترك بين الشرطة وباقي المؤسسات الحكومية وغير الحكومية إذ تعمل العلاقات العامة على

تسهيل إجراءات العامل اليومي للجهات الخاصة وتذليل الصعوبات أمام المراجعين وفي ذلك تحقيق للسمعة الطيبة التي يجب أن تتمتع بها الشرطة.

– **استنباط مؤشرات الرأي العام وقياسه:** حيث تهدف العلاقات العامة بالشرطة إلى دراسة وتحليل اتجاهات الرأي العام اتجاه جهاز الشرطة وخدماته وما يعرض من شكاوى أو مقترحات حول هذه الأمور عبر أجهزة الإعلام وتعديل اتجاهات الرأي العام اتجاه الشرطة وأدائها[1]

ثانيا العلاقات العامة الداخلية "الإنسانية" بالشرطة :

إن فاقد الشيء –كما يقولون – لا يعطيه، ولذلك فان أحرص جهز العلاقات العامة بالشرطة على حسن المعاملة وإقامة علاقات طيبة بين الشرطة وبين الرأي العام "الجمهور الخارجي"، فإن الترتيب المنطقي أن يقيم علاقات طيبة داخل جهاز الشرطة ذاته إنطلاقا من مبدأ أن العلاقات العامة بتبدأ من داخل المؤسسة، فحري بها إذن أن تبدأ من داخل المؤسسة الأمنية ذاتها فيما يعرف بالعلاقات الانسانية.

في إطار ذلك تسعى العلاقات العامة الداخلية بالشرطة إلى تحقيق العديد من الأهداف على نطاق جمهورها الداخلي التي على ضوئها تضمن تفانية في آداء واجبه وتكسب وده ومن بينها:

– **ديمقراطية القيادة وكفاية الحاجات المعنوية للعاملين:** وتتمثل في تلك المظاهر الانسانية التي يجدر بقيادات المنظمات أن تقوم بها اتجاه العاملين إذ من الضروري أن يشعر المرؤوسين بمشاركة رؤسائهم لهم في مشاعرهم الإنسانية ورعايتهم لظروفهم وأوضاعهم وحل مشاكلهم والعمل على خلق جو من الاستقرار النفسي والمادي لهم، واصطلاح الرؤساء أو القادة في مجال الشرطة ينطبق عن كل رتبة بالنسبة للرتبة الأقل، خاصة الضباط بالنسبة للصف والجنود، فعلى مدى ارتفاع الروح المعنوية لدى العاملين بالشرطة خاصة الصف والجنود تتوقف أمور هامة، إن الذي يضحي بحياته في مطاردة المجرم أو اطفاء الحريق أو انقاذ الانسان في ظروف معينة لا يدفعه– في تلك اللحظة الحاسمة– أمر عسكري نحسب بقدرما تدفعه للمخاطرة والتضحية– حتى بحياته — روح معنوية سبق لقادته أن كونها في نفسه، وعملوا على تشجيعها ورفعها من قبل، فحولته إلى اخلاص وتفان وتضحية.

ومما لا شك فيه ايضا أن من واجب القادة القيام باشعار العاملين بأهمية الأعمال التي يؤدونها صغيرة كانت أم كبيرة لاشعارهم بأهمية أدوارهم، ولا يمنع ذلك أجهزة العلاقات العامة، أو بواسطة الاجتماعات أو اللقاءات المختلفة [2]

---

[1] محمد قيراط وإسماعيل عبد الباري: مرجع سابق، ص – 49، 51.

[2] علي الباز : مرجع سابق، ص–ص152، 153

– **تنمية التجديد والابتكار لدى رجل الشرطة:** يعمل قسم العلاقات العامة في الشرطة على تقديم الاقتراحات البناءة والخطط المستقبلية إلى الإدارة العليا التي من شأنها العمل على زيادة تنمية روح الابتكار والتجديد والإبداع لدى العاملين بالجهاز، إذ من شأن ذلك زيادة دعم أواصر الثقة وروح الود والتعاون بينهم وحل مشاكلهم العامة والخاصة.

– **نشر الوعي الوطني وإزكاؤه بين رجال الشرطة** : تهدف العلاقات العامة إلى تأكيد ولاء وانتماء رجال الشرطة لوطنهم ولمجتمعهم وللجهاز الذي يعملون في خدمته وذلك من خلال التوعية العامة وغرس الروح الوطنية في نفوسهم وتمكينه من متابعة ما يجري من أحداث على المستوى الوطني والقومي وتعميق إيمانهم بدورهم في نشر أهداف ورسالة الشرطة.

– **نشر الوعي الشرطي والقانوني** : تحرص العلاقات العامة على انجاح وتنشيط البرامج الاجتماعية والثقافية لرجال الشرطة والقيام بعمل لقاءات تعارف بينهم لمعرفة مطالبهم من أجل تحقيق الغايات المنشورة والعمل على توفير حاجاتهم المختلفة[1].

ثالثا العلاقات العامة بين الشرطة والجمهور:

أ/ أسباب ضعف العلاقة بين الشرطة والمواطن: هناك عدة عوامل ومؤثرات تدخل في إضعاف العلاقة بين الشرطة والمواطنين وهي عوامل تاريخية نفسية، اجتماعية، ثقافية واعلامية.

– **العوامل التاريخية والنفسية:** ذلك حيث كانت الشرطة تعمل لمصلحة الاجنبي المستعمر وتسعى لضمان قدر من الهدوء والسكينة في الارض المستعمرة على حساب المواطنين، كما تسهم الشرطة في تحقيق سيطرة المستعمر على إدارة الشعب.

ومن الناحية التاريخية سجل على أجهزة الشرطة استخدامها للعنف ضد المواطنين من سكان البلاد لدرجة لجان معها إلى استخدام السلع ضد أبناء الوطن وأدمت ظهورهم بسياطها وسلبت حريتهم بدون وجه حق، مما أدى إلى كراهية الشرطة من طرف المواطنين[2].

– **العوامل الاجتماعية والثقافية:** ترجع هذه العوامل إلى ضرورة أن يطبق القانون على الجميع بالتساوي، والذي قد لا يحظى بتأييد العامة في جميع الاحوال، مثلما يحدث عند تكليف الأمن بتنفيذ لائحة أو قانون هادف لمصلحة عامة مقابل مصالح خاصة.

---

[1] محمد قيراط ،و ائل اسماعيل عبد الباري: مرجع سابق، ص51

[2] مصطفى عبد المجيد كاري: التنسيق بين جهود المواطنين في مجال مكافحة الجريمة والوقاية منها، أبحاث الندوة العلمية الرابعة، دار النشر المركز العربي للدراسات الأمنية، الرياض، 1993، ص 144.

– **العوامل الاعلامية**: وعن العوامل الاعلامية، فانه تمكن الإشارة إلى ما تقوم به رسائل الاعلام من تغطية غير شاملة لما تبذله الشرطة من مجهودات في سبيل ضمان أمن وسلامة المواطن وصيانته والحفاظ على عرضه وماله، والذي يعرض رجال الامن للخطر أحيانا، كما قد يقوم الاعلام بعرض وقائع غير صحيحة نظرا لعدم تحري رجال الصحافة للدقة، أو للمبالغة في عرض الاحداث، أو السخرية أو الاستهزاء مما يؤدي إلى خلق جو غير صحي بين الشرطة والمواطن.

هذا مع العلم أن للإعلام أثر كبير على تكوين إتجاهات الرأي العام ، إذ يمكن الاستغلال الأمثل له أجل التأكيد على تعاون الجمهور كما هو الحال في أعمال البحث الجنائي والتعرف على المفقودين الغارين وفي الإتقان والدفاع المدني ونشر الوعي والارشاد في مجالات الحياة العامة التي تفيد وتوفر الكثير من الجهد والمال للمواطنين[1].

ب/ إشكالية العلاقة " شرطة – مواطن " في الجزائر: الأمر المعروف في الجزائر أن العلاقة بين الشرطة والمواطن تعاني من نقص في الثقة وفي المفاهيم إتجاه الحرية والقانون، الحق والواجب والحس المدني، كما ان المواطن الجزائري حاليا في مواجهة المشاكل الناجمة عن صعوبة التأقلم مع الوضعية المترتبة عن المرون من مجتمع تفليدي إلى مجتمع عصري والذي يحتم نوعا من السلوكات المنظمة بقواعد وقوانين أحيانا تقيد الحريات الشخصية لأجل الصالح العام.

معاناة الشعب لمدة 132 سنة من الإستعمار، جعلته يبتعد كليات عن الشرطي والقانون وكل من يساعد الشرطي من قريب أومن بعيد خائف" يبرع"، أما من يستطيع مراوغة القوانين فهو "بطل"، وتوالت هذه العقلية لدى الأجيال.

بعد الإستقلال ظهر عامل جديد هو الثقة بين الدولة والمواطن، والمواطن الذي لايثق في دولته لا يمتثل لقوانينها، عندما تحمية الشرطة فإن المواطن يرحب بذلك ولكن عندما تتدخل الشرطة وتستعمل القوة فإن المواطن يثور عليها ويبغتها بكل النعوت.

في هذه الظروف ينمو لدى الشرطي الإحساس بنفور الشعب والإحساس بالوحدة والإنزواء فهو يتصرف بحذر مع الشعب بحكم عدم معاونة الشعب وثقته فيه.

---

[1] مصطفى عبد المجيد كاري: مرجع سابق، ص-ص 147، 148.

بالإضافة على استعمال السلطة للشرطة في مهام للاتمات بصلة لمهام الشرطة، وكمثال عن ذلك : في سنة 1980 كنفت الشرطة بحملة ضد التغيبات في العمل، نشر الألبسة على الشرفات، محاربة الأحياء التصديرية..إلخ[1]

ج/ الإجراءات الإستراتيجية لتطوير العلاقات العامة بين الشرطة والجمهور:

– الإختيار الجيد للعناصر المراد أو إدماجها في العمل الشرطي وذلك بإختيار أفضل العناصر من جنود وضباط وفنيين وعناصر مساعدة.

– تدريب هذه العناصر بشكل مناسب للمستجدات العلمية والعملية، ويتناسب مع التطور الكبير في مجال العمل الشرطي، مع استمرار التدريب الفعال والجاد قبل وأثناء الخدمة.

– أن تكون دراسة العلاقات العامة مادة أساسية كما هو الحال في كليات ومعاهد الشرطة في مختلف الأقطار، وأن لاينظر إليها كمادة هامشية.

– الرقابة السليمة والمستمرة هذه العناصر، والمتابعة الواعية لكل فرد من أفراد القوة سواء من الاجهزة الرقابية، أو من الرقالبة الداخلية لقيادة القوات في كل موقع على حدى.

– العمل على تطوير أجهزة ووحدات الرقابة والعلاقات العامة بما يؤكد وصول الإنتقادات السلبيات إلى قادة القوة في أعلى مستوياتها لاتخاذ القرار الملائم حتى لا يكون القادة في واد وجمهورهم في واد آخر، وحتى يمكن تدارك كافة السلبيات أولا بأول، وتحفيز الإيجابيات، وحتى لا تقبل روح المبادرة والإبداع للعناصر الفعالة ليل نهار وحتى لا يطغى أحد على الآخر.

– الحرص على المظهر اللائق والسلوك المحترم لرجال الشرطة ومستوياتها، الامر الذي يترك إنطباعا حسنا لدى جمهورهم، وجعلهم لايشعرون نحوهم بالرهبة بل بالود والرضى والتقدير والإحترام والإعجاب، إنطلاقا من الدور الإنساني الذي تؤديه الشرطة في مواقعها وعلى امتداد مساحات الأقطار والمجتمعات التي يعمل بها رجالها[2].

إن هذه العناصر والاستراتيجيات إذا عمل أصحاب القرار داخل إدارة الشرطة بها فمن المؤكد أن صورة الشرطي سوف تتحسن لدةى المواطنين ويكون عمله ذا طابع سهل نوعا ما إذا ما لقي مساعدات من قبل

---

[1] آيت عمر مزيان فوزي: الضبط الإجتماعي الرئيسي والرقابة من الجريمة، ماجستير علم الإجتماع التنمية ، 2002، 2003، ص140.

[2] مجلة الأمن والحياة: أمنية ثقافية، إعلامية، العلاقة بين المواطن ورجل الأمن ع217، أكتوبر 2000، مطابع أكاديمية بين العربية للعلوم الأمنية، الرياض، ص42.

المواطن في إطار تحسين تلك العلاقة التي يجدر بجهاز الشرطة أن يعمل على تحسينها قدر الإمكان، ومن بين الإستراتيجية الأخرى الهادفة أيضا إلى تطوير العلاقة بين الشرطي والمواطن نذكر على سبيل المثال:

– إزالة الرواسب التي مازالت عالقة في الأذهان حول طبيعة عمل الشرطي، وهي غالبا ما كانت موروثة عن عمل الشرطي إبان الإستعمار حيث يرى جل المواطنين أن الشرطي هو" ذلك الموظف القامع، المزعج، الظالم الذي لا تجده عند الحاجة إليه".

تعتبر الإستراتيجية خطوة هامة في تأسيس علاقات وطيدة مع الجمهور باعتبار أن خدمة الشرطي مهمة نبيلة إذ ينبغي عليه إزالة الحواجز النفسية وغرس بذور المحبة والتعاون مع الجمهور.

– الاستعانة بأوامر ونواهي العقيدة الدينية لتفعيل التعاون بين الشرطي والجمهور حيث أنه من المقومات التي تدعو إليها الشريعة الإسلامية توفير الامن، وللدين تأثير كبير على سلوك الفرد واتجاهاته وافكاره، لذلك فالدين يلعب دورا في توطيد العلاقة.

– استغلال سلك التربية والتعليم: وذلك بتوفير التنسيق بين الجمهور وإدارات الشرطة وتكوين رأي عام مساند للشرطة في مكافحة الجريمة ومعاقبة المجرمين، وحث طلبة المدارس على لعب الدور المطلوب في إعانة الشرطة العاملة على نشر الأمن وخلق جيل متفهم للرسالة الشرطية.

– إستغلال الشعور الوطني للمواطنين في المحافظة على الوطن وأمته بتعميق شعور المواطنين بمسؤولياتهم في حفظ الامن والاستقرار والنهوض بوطنهم بفضل إحلال الأمن والطمأنينة.

– إعتماد بعض الحوافز المادية التشجيعية في تفعيل العلاقة بين الجمهور ورجال الشرطة وذلك في ميزانية مكافحة الجريمة عند التبليغ عن الجرائم، أو تقديم معلومات عن شبكات التهريب والمتاجرة بالمخدرات مثلا.

– كسب ثقة رجال الصحافة والإعلام وتسخيرهم في خدمة القضايا الشرطية في إطار ما يعرف بالإعلام الأمني العام، باعتبار ان أجهزة الشرطة في حاجة ماسة لأجهزة الغعلام كونها تلعب دورا هاما في تشكيل الرأي العام وتوجيهه، وتغلغلها داخل الاوساط الإجتماعية، ومدى مقدرتها على التأثير عليها، لذلك ينبغي على رجال الشرطة استغلال هذه الأجهزة لخدمة أمن المجتمع واستقراره.

– تفعيل العلاقة بين وزارات ومؤسسات الدولة الرسمية المؤثرة في خلق الرأي العام بغرض توجيهه وتسخيره في خدمة القضايا الأمنية، من بينها وزارة التربية والتعليم، وزارة الصحة ، وزارة الشؤون الدينية...الخ[1].

ثالثا وسائل العلاقات العامة بالشرطة في تجسيد الأمن المروري:

---

[1] محاضرة توعوية حول علاقة الشرطة بالجمهور، مكتب التكوين بأمن ولاية سطيف مركز النشاط الثقافي الأمني، يوم22 جويلية 2009 "يوم عيد الشرطة سا : 9:30

1- العلاقات العامة بالشرطة والإعلام:

كثيرا ما يخلط الناس بين العلاقات العامة، وبين الاعلام ، وإن كان الخلط بينهما هو خلط بين الاتصال -كوسيلة للعلاقات العامة - وبين العلاقات العامة ذاتها، فان الخلط كذلك يأخذ صورة أخرى في أنه ياخذ صورة الخلط بين الوسيلة، والهدف ، فليس الهدف الرئيسي للعلاقات العامة بالشرطة هو الاتصال — بالجمهور الداخلي أو الخارجي -*بواسطة الإعلام، فذلك الإتصال بالجمهور — بواسطة الاعلام — طرق مرصد لتحقيق بعض أهداف العلاقات العامة وليس هو فقط هدف العلاقات العامة.

ومن جانب آخر، فليست العلاقات العامة هي الاعلام وهذا يعني :

- ان كلا من العلاقات العامة، والاعلام، يعدان" هماذاتهما" من وسائل الاتصال بالجماهير، مثلهما في ذلك مثل وسائل أخرى كالاعلان والدعاية....وغيرها.

- أن الاعلام ليس هو كل وسائل العلاقات العامة، فبجانبه توجد وسائل اتصال أخرى مباشرة وغير مباشرة — سناتي إلى تفصيلها لاحقا- بل وتوجد طرف أخرى نستطيع العلاقات العامة في الشرطة على سبيل المثال نستعين بها بغية تسهيل عمل الشرطة وممارسة عملها عموما، كتقديم النصح والمشورة للعاملين مثلا، وفي هذا يقر "روبين" "Rubin" بحق أن الاعلام ليس إلا وجها من وجوه العلاقات العامة، ولايشترط أن يكون جانب من جوانب كل برنامج للعلاقات العامة.

- إزدواجية الطريق في العلاقات العامة بعكس الاعلام، وفي ذلك يقول إدوارد يبرتر-في معرض تفرقته بين العلاقات العامة وغيرها من وسائل الاتصال بالجماهير-: « إن العلاقات العامة قد تستخدم الاعلام أحيانا، على أن العلاقات العامة تعتبر طريق ذا اتجاهين، في حين أن الاعلام طرق ذو إتجاه واحد» [1].

الا أن الاعلام - أو على الاصح وسائل الاعلام -، لم تعد في عصرنا الحالي طريق وحيد الاتجاه، يؤدي إلى إعلام الجماهير أو صب المعلومات والأخبار في عقول الجماهير وقلوبهم، بل أصح الإعلام إلى حد كبير وسيلة مزدوجة تبدأ بالجماهير وتنتهي بالجماهير، فهي تبدأ بهم بمحاولة حبس نبض الجماهير لمعرفة ميولها واتجاهاتها نحو ما تقدمه تلك الوسائل الإعلامية، وتنتهي بالجماهير حيث تصب تلك الوسائل الإعلامية كل جهدها ووسائلها الإعلامية إلى الجمهور، ونظر لدورها الفعال في بناء وتوجيه الرأي العام والتأثير في الجماهير تعتمدها العلاقات العامة بالشرطة بهدف توصيل الرسالة الشرطية.

2- الوسائل غير المباشرة للعلاقات العامة بالشرطة: فمن الوسائل غير المباشرة التي تعتمدها العلاقات العامة بالشرطة نجد الصحف، الإذاعة، التلفزيون، السينما ، المسرح، وغيرها حيث تستخدم العلاقات

---

[1] علي الباز: مرجع سابق، ص.ص87، 88.

العامة وسيطا مثل وسائل الإعلام بغرض الاتصال بالجمهور بصفة غير مباشرة وعامة من أجل عرض الحقائق وتوضيح المفاهيم وصولا لكسب الجمهور والتوصل إلى إقناعه وتفهمه وتعاونه مع الشرطة فمن بين تمديد الوسائل غير المباشرة للعلاقات العامة بالشرطة والمعرضة بالخصوص إلى التوعية المرورية وتجسيد الأمن المروري نذكر:

1- **الصحافة المكتوبة:** تمثل الوسائل الإعلامية المطبوعة إحدى الوسائل المستخدمة من قبل جهاز العلاقات العامة بالشرطة في مجال الإعلام المروري، فالفن الصحفي وما يحتويه من اخبار، تعليقات، مقابلات، آراء للمتخصصين والعامة، شكاوى، إقتراحات، صور رسوم فوتوغرافية وكاريكاتورية، كل ذلك يؤدي إلى أهمية دور الصحافة في التوعية المرورية[1]

ويتجلى دور الصحافة في التوعية المرورية وتجسيد الأمن المروري من خلال:

- استكتاب بعض من الكتاب المعروفين بين الحين والآخر حول مايقع من حوادث المرور.

- نشر المعلومات عن أنظمة وقوانين المرور وأنواعها وتعب وعقوبات مخالفة هذه القوانين من خلال الحملات الصحفية التي بعدها رجال الأمن المروري.

- الاعلان عبر الصحف عن احدث الوسائل التي تم اكتشافها في ميدان المرور، والتي توفرت لدى الجهات المسؤولة عن المن المروري، كجهاز الرادار، وذلك ليكون هذا الاعلان بمثابة تنبيه وردع لمن تسول له نفسه من السائقين مخالفة القانون.

- تجنب الدخول في تفاصيل حوادث المرور، وصياغة الخبر على نحو مثير يجذب البعض إلى التفكير في أن يخوضوا تجربة مماثلة لما قرؤوه[2].

2- الإذاعة : حيث تستفيد العلاقات العامة بالشرطة من الطرقلا العديدة التي يمكن استعمالها والاستفادة منها إذا ما استخدمت الاذاعة كوسيلة لإيصال الرسائل التوعوية المرورية، إذ يمكن أن تتطرق إلى حدث يتعلق "بالمرور" في أي موجز عادي، كما يمكن التطرق إلى "المشكلة المرورية" عبر حصص تربوية في شكل بحوث، حوار، ومناقشات[3].

---

[1] علي الباز: الاعلام والاعلام الأمني ، مكتبة الاشعاع الفنية، الاسكندرية، مصر، ط1، 2001، ص106.

[2] محمد خيري وآخرون: تغيير الرأي العام وعلاقته بالاتجاه نحو الجريمة، دار النشر بالمركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب، الرياض، السعودية، ط1987، ص176.

[3] شعباني عبد المالك: دور الاذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطلبة الجامعيين، أطروحة ماجستير غير منشورة، معهد علم الاجتماع، جامعة منتوري ، قسنطينة، الجزائر 2001- 2002، ص170.

كما أن الراديو وسيلة سهلة، فاستعمال الأغاني، القصص، التمثيليات، يمكن أن يكون فعالا في عملية الاتصال وإيصال رسائل التوعية المرورية، فالفرد وبطريقة غير مباشرة نجده يتعلم ويتوعى بكل مرونة، فهو يتلقى بلباقة تامة دون أن نرغمه على تغيير رأيه كرها او باعتماد القوة[1].

ولقد أثبتت الاذاعة نجاعتها في العديد من الميادين والمشكلات خاصة المرورية منها نظرا لفعاليتها عند استخدامها في العلام الأمني المروري، ومخاطبة قائدي السيارات في أي موقع كان وبأسرع وقت خاصة في مناطق الازدحام المروري والاختناقات التي تحدث إثر وقوع الحوادث المرورية وتوجيه السائقين إلى طرق بديلة.

كما أن الرسائل الاعلامية المقدمة في الاذاعة تشعر المستمع بأن الرسالة قد أعدت من أجله وتخاطبه بصفة شخصية، مثل القول: أخي السائق، عزيزي قائد المركبة... وهذا يسهم في حد ذاته في تفاعل الجمهور مع مثل هذه لبرامج، كما يكن الاستفادة من تنوع وقصر المدة الزمنية للبرامج الاذاعهية في تقديم بعض الرسائل الاعلامية المختصرة كالارشادات المرورية والرسائل التوعوية التي تذاع في الفترة الصباحية، كما أن مخاطبة الاذاعة لجميع الفئات بما يتفق واهتماماته وثقافتهم يساعد على انتشار الرسالة.

إن تغطية احتياجات الجمهور في ميدان المرور، وعن هذا يقول "عرسان عبد اللطيف" عن دور العلام عامة والاذاعة خاصة في التقليل من ظواهر الازدحام:«... فان الازدحام المروري ظل مسيطرا على الكثير من الشوارع ولم تخف حدته إلا في الفترة الأخيرة عندما أخذ التعاون والتنسيق بين أجهزة الاعلام واجهزة المرور طريقه إلى التطبيق والتنفيذ، الموظف قبل أن يتحرك إلى مقر عمله يستمع وهو في سيارته إلى التقارير المرورية التي تبث خلال الاذاعة المسموعة، وهي توضح الحالة المرورية في الشوارع...وعلى ضوء هذه التقارير....يستطيع السائق تحديد الطريق الذي يسلكه، بيد أن هذه الاختلافات تقلصت بعد أن طبقت الأجهزة الأمنية في المملكة العربية السعودية وفي مقدمتها الأجهزة المرورية على ارض الواقع من خلال هذا التعاون بين أجهزة الأمن وأجهزة الإعلام»[2].

ومن الطرق التي يمكن أن تستخدمها الإذاعة في التوعية نذكر:

– اجتماعات الراديو: يتم فيها تقديم برنامج إذاعي على مجموعة المستمعين، قد يدوم عدة دقائق حول حوادث المرور وكيفية الوقاية منها، ومن ثم يتم مناقشة هذا البرنامج لقياس مدى فهمهم له، وقد أثبتت

---

[1] نبيلة بوخبزة: الاتصال الإجتماعي الصحي في الجزائر، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علم العلام والاتصال، جامعة الجزائر، ديسمبر 1995، ص158.

[2] عرسان عبد اللطيف: إعلام مروري: مجلة الأمن والحياة، ع246، ديسمبر، جانفي 2002، ص70.

التجارب أن هذه النوادي لها ميزة خاصة من حيث تقوية وزيادة و زيادة الوعي العام بالمشكلات وحلولها، تحت شعار:" استمتع، وناقش ونقد[1].

- الإعلانات المرورية في الراديو: يمكن للراديو بث إعلانات قصيرة وبسيطة تعمل على رفع مستوى الرعي المروري للأفراد، ويمكن إدراج التجربة السويدية ودور الإذاعة بها في تسهيل الحركة المرورية وتجسيد ظروف أحسن للمرور.

* التجربة السويدية: يوجد بالسويد لوحات على طول الطرية الرئيسية لإبلاغ مستخدمي الطرق عن تردد الإذاعة المحلية الذي يمكن الوصول المعلومات لمستخدمي الطرق يسمى (نظام البيانات اللاسلكي) وكل سيارة مزودة بهذا الجهاز الجديد يمكنها تلقي رسائل عاجلة عن السلامة على الطرق من محطة إذاعية بغض النظر عن البرنامج الذي يستمع إلفيه السائق أثناء القيادة، إذ أنه عند إرسال رسالة عاجلة عن المرور عن طريق محطة إذاعية يحرك النظام تلقائيا التردد المضبوط على الراديو إلى تردد نظام البيانات اللاسلكي، وتصل معلومات المرور إلى مستخدم الطرق من الراديو المزودة به تلك السيارة[2].

فمثل هذه التجربة تحتاج إلى التنسيق والدعم والعديد من الهيئات إذا ما رغبت السلطات أن تحذو حذوها، كما تحتاج عملا جاء لتحقيق السلامة والأمن المروري على الطرق الجزائرية.

3-التلفزيون: ومد من أكثر الرسائل الاعلامية انتشارا وتاثيرا، ونظرا للدور الذي يلعبه في مجالات التدقيق والتعليم، فهو وسيلة وقاية للمجتمع ما يحفظ أمنه واستقراره، وكذا سلامتهولتحقيق هذا الدور الايجابي يجب التركيز على ضرورة التكامل والتفاعل بين التلفزيون، والاجهزة الامنية مما يسهم في دعم رسالة الشرطة في المجتمع، كما يمثل الوسيلة الامثل لحملات التوعية المرورية، من خلال أسلوب العرض وجودته مما يمكن القائم بالاتصال في مجال المرور "العلاقات العامة بالشرطة" من تقديم رسالته الارشادية للجمهور بدرجة عالية من المصداقية كما يتيح التلفزيون المرونة الكافية في اختيار القالب الذي يمكن تقديم الرسالة الارشادية والتوعوية باجتناب أخطارها، بفضل نقله لفعالياتها المصاحبة لها من ندوات، محاضرات مسابقات، ومناسبات واحتفالات شرطية مع إمكانية إنتاج دراما تلفزيونية للتوعية بالمشكلة المرورية.

وبفضل الاتصال المباشر مع الجماهير يمكن التعرف على أدائها ومقترحاتها فيما يتعلق بمشكلة المرور، وتلقي شكواهم والرد عليها من خلال برامج مفتوحة كما يمكن من خلال التعاون مع الإدارة العليا للمرور،

---

[1] سمير محمد حسين: الإعلام والاتصال بالجماهير والرأي العام، عالم اكتب، القاهرة، ط3، 1996، ص233.

[2] مركز الدراسات والبحوث: المسؤولية الأمنية للمرافق الاعلامية في الدول العربية، دار النشر بالمركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب، الرياض السعودية، دط، 1986، ص162.

الاستعانة ببعض نماذج القدوة من المشاهير في المجتمع والتوعية المرورية من خلال تقديم برامج التوعية أو مسابقاتها أو المشاركة في الندوات والمحاضرات التي يمكن للتلفزيون أن يبثها[1].

لذلك فان التلفزيون وباعتباره أقوى وسائل الإعلام من حيث تأثيره على المشاهدين له إمكانيات متنوعة وفي مجالات عديدة على رأسها المجال الاجتماعي وما يترتب عنه من توعية ووقاية من مختلف الأزمات، خاصة تلك الظواهر التي تشكل خطورة على المجتمع وأفراده [2] وأهمها حوادث المرور، فالتلفزيون يلعب دورا في التوعية من مخاطرها لكن يجب عليه مراعاة:

- استخدام التمثيليات الاجتماعية والإنسانية جسرا لتوعية الجمهور من حوادث المرور.
- استخدام برامج الأسرة وبرامج الأطفال.
- توصية المسؤولين عن التلفزيون بتجنب الأفلام والبرامج التي تعرض صورا مثيرة عن السياقة بتهور وعن لحظات الجنون الشبابية[3] .
- أن لا تصور جريمة حادث مرور في الأفلام والمسلسلات على أنها لا نابعة من شخص الفرد وتكوينه الداخلي، وأن لا تعطي مبررات للظاهرة ما قد يجعلها مقبولة في ذهن المخالف للقانون[4].

وحتى تحقق هذه البرامج أهدافها الإعلامية فانه من الخطأ اقتصار البرامج فيها على استضافة المسؤولين من رجال المرور لنصح الجماهير بالالتزام بقواعد المرور فهي طريقة غير مجدية وتدفع بالإنسان إلى العناد والسخرية من قواعد المرور، بل إن مآسي المرور يمكن تناولها في أفلام ومسلسلات درامية، كما تصلح للتناول الكوميدي من ذلك الفيلم الكوميدي، أما عن البيروقراطية في إدارات جمارك السيارات وإدارات المرور فلا تصلح للتناول الكوميدي[5].

4- السينما: وهي وسيلة ذات شعبية كبيرة وتحقق فوائد عديدة عند استخدامها في حملات التوعية المرورية كالاستفادة منها مثلا في تقديم المضمون الإعلامي المقدم وتوضيح مزاياه فتسمح للقائم بالاتصال في المجال المروري-العلاقات العامة بالشرطة- بتقديم رسالته الإرشادية وتسمح أيضا بفرصة استهداف منطقة جغرافية محددة وتركيز بعض الأفكار المرورية في دور سينما خاصة بهذه المناطق المستهدفة بما يتناسب مع أسباب

---

[1] جاسم خليل ميرزا: مرجع سابق، ص210.

[2] عماد الدين سلطان: مختصر الدراسات الأمنية، المركز العربي للدراسات والتدريب، الرياض ، السعودية، الرياض، دط، 1986، ص332.

[3] محمد خيري وآخرون: رجع سابق ، ص 176.

[4] فتيحة بن عباس: مرجع سابق، ص226.

[5] قباري محمد إسماعيل: علم الاجتماع الجماهيري وبناء الاتصال-دراسة في الإعلام واتجاهات الرأي العام-منشأة المعارف، الإسكندرية، مصر، دط،1984، ص279.

الحوادث بها، كما يظهر الدور الفعال في الإقناع وذلك بفضل توظيفها الفيلم التسجيلي وتقديم معلومات حول ميكانيك السيارات وصيانتها وعن القيادة السليمة، كما أن السينما تخاطب جمهور الشباب من الجنسين باعتبارهم أكثر تأثرا بالمشكلة المرورية، مما يسمح بالتأثير الايجابي عليهم، فاعتماد العلاقات العامة بالشرطة على وسيلة السينما مثمر إلى حد ما فإنتاج فيلم سينمائي عن كلية الشرطة، وعن طلبتها وأسلوب حياتهم، وتدريباتهم...

كل ذلك يؤدي إلى توضيح الصورة لدى المواطنين وخاصة الشباب الذين قد لا يعرفون الكثير عن مرحلة إعداد الطالب ليكون ضابطا أو شرطيا، وبالمثل فان إنتاج أفلام أخرى عن رجال المباحث أو المطافئ، أو عن المرور، ومشكلاته ومآسيه قد يؤدي إلى نتائج طيبة مماثلة.

5– الانترنت : إن الانتشار الهائل لشبكة الانترنيت والتوسع المستقبلي لها جعلها من أبرز وسائل الاتصال في الوقت الحاضر، الأمر الذي دفع المؤسسات الشؤرطية المختلفة إلى الاستفادة من التقنيات العالية لها في التواصل مع الجمهور، وتجدر الإشارة إلى انه يجب التركيز على تحديد مضمون الرسالة المرد إيصالها إلى الجمهور المستهدف، مع الأخذ بعين الاعتبار البعد عن أسلوب الوعظ والإرشاد المباشر، مع ضرورة ربطك الموضوع والمعلومات بالاهتمام المباشر للفرد، فعلى سبيل المثال يمكن توضيح أثر عدم الالتزام بقواعد المرور على الأشخاص[1].

6– النشر: يمثل النشر إحدى الوسائل المستخدمة في مجال العمل المروري، من صحافة ومجلات متخصصة، ودوريات ومن ثم يمكن لأن تساهم هذه الوسائل في تقديم الخدمة المرورية للجماهير، فالنشرات الدورية، والكتيبات والمجلات التي تصدر هيئة الشرطة جهاز العلاقات العامة — من حين لآخر لشرح ظاهرة معينة أو للتحدث عن الجهود التي تبذلها الشرطة في مناسبة معينة، ويجب أن تتضمن تلك النشرات أو الكتيبات أو المجلات، أو إحصائيات وأرقام ومعدلات عن حوادث المرور وارتفاعها وانخفاضها وأسباب ذلك، وجهود الشرطة وواجبات المواطنين للمساعدة على استقرار الأمن، والاحتياطات الواجب اتخاذها من جانب المواطنين محافظة على حياتهم وأموالهم بأسلوب مباسط يمكن أن يستعان فيه بالشخصيات المحبوبة للجمهور في شرح ضرورة تعاون الجمهور مع الشرطة[2].

7 – الإعلان: لقد أصبح الإعلان في الوقت الحالي صناعة مهمة وأداة فعالة في التأثير، فالإعلانات المرئية والمسموعة، أو الملصقات واللافتات يمكن استخدامها في نشر الوعي المروري وتنمية الوعي العام اتجاه

---

[1] محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي، دط،(د–م–ن)، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004، ص562.

[2] علي الباز: مرجع سابق، ص143.

المشكلات المرورية، فوضع الإعلانات الإرشادية في الطرقات والميادين أو لصقها على الحافلات وأعمدة الإنارة، أو من خلال اللوحات الإعلانية المضاءة في الشوارع، من شانه أن يساهم في نشر التوعية المرورية بين الأفراد ويحثهم على التعاون مع جهاز الشرطة للحد من الحوادث المروعة.

كما أن الإعلان يخدم إدارة العلاقات العامة بالشرطة في سبيل تحسين المرور ممن خلال مجموعة مزايا سنتهم في تحقيق التوعية المرورية.

– يساعد الإعلان على قبول الخدمات التي تقدمها إدارة العلاقات العامة بالشرطة دوما في سبيل التحسين من الأمن المروري.

– التعرف على هذه الخدمات وكذا توجيه مستعملي الطرق إلى بالعناصر الأساسية للخدمة المرورية كنظام متكامل، السابق، الطريق السيارة، نظام المرور، ورجال المرور.

– التعرف والوعي بهذه التفاصيل يؤدي إلى زيادة وتعميق الثقافة المرورية[1].

8–مندوبوا الصحف في المجالات الشرطية: من المفيد أن نضيف بأنه غالبا ما تخصص الصحف مندوبين، يختص كل منهم بقطاع معين من قطاعات الأنشطة التي تغطي أخبارها، فيوجد مندوب أو مندوبون يتخصصون في تغطية أخبار التعليم، وآخرون لتغطية أخبار وزارة الداخلية ومن المفيد أن توثق أجهزة العلاقات العامة في وزارة الداخلية صلاتها بهؤلاء المندوبين، فبواسطة هذا التعاون يمكن نشر أخبار معينة بصورة مسهمة لإعلام الجمهور بجهود الشرطة في القبض على المجرم أو في سبيل تنظيم حركة المرور، أو لإرشاد الجمهور– بصورة غير مباشرة– بالوسائل التي يستطيع بها تفادي الوقوع في شراء هؤلاء المجرمين، أو سبيل تفادي حوادث المرور على الأقل نسبيا والتقليص من خاطرها، بواسطة هذا التعاون أيضا يمكن – بالاتفاق مع المندوبين –تأجيل نشر موضوع معين أو قضية لأسباب تقدرها الجهات الأمنية المختصة مثل إن نشر موضوع معين سيؤدي إلى إثارة نتائج ضارة بالنسبة للأمن العام، أو إنه سيثير ردود فعل سيئة لدى المواطنين بالنسبة للشرطة أو انه سيهز صورة رجال الشرطة القادرين دائما على حفظ الأمن...

ويمكن لجهاز العلاقات العامة بالشرطة أن يدعو مندوبي الصحف والمجلات أو الصحفيين عموما إلى الحفلات التي تقيمها في المناسبات المختلفة للشرطة للاحتفال.

---

[1] جاسم خليل ميرزا: مرجع سابق ، ص205.

3- الوسائل المباشرة للعلاقات العامة بالشرطة: وتتم بواسطة الاتصال الذي يتم عن طريق التقاء المواطن-أو المواطنين –برجال الشرطة سواء كانوا من المختصين بأقسام العلاقات العامة- جهاز العلاقات العامة بالشرطة-أومن غيرهم فكل رجل شرطة هو بطبيعة الحال رجل علاقات عامة، فمن بين هذه الوسائل المباشرة نذكر :

1-المتحدث الرسمي : وهذا النظام يقضي بأن يكون أحد الأشخاص هو المتحدث الرسمي عن إدارة الشرطة، فأن وجد بالجهاز خبراء في العلاقات العامة، كان الخير للعلاقات العامة بالشرطة هو المتحدث الرسمي وغن لم يوجد فالرئيسي هو المتحدث الرسمي مع ضرورة توفر جملة من الخصائص في هذا المتحدث الرسمي كصفات القيادة وأن بيكون ملما بالأعمال ونظم الرشة وأن يكون مدربا على الخطابة كله في سبيل تحقيق القدرة الإقناعية للجمهور هدف التعاون مع الشرطة من اجل تحسين الأمن المروري[1].

2-الندوات :هي وسيلة من وسائل الإعلام بالجماهير، وتنتج للحضور فرصة الحوار والنقاش، وتبادل الرأي، فالندوة هي اجتماع من الخبراء والمتخصصين للإسهام في دراسة موضوع أو مشكلة تعطى فيها الفرصة للمناقشة وإبداء الآراء حول الموضوع[2] كما يتم فيها تبادل المعلومات والخبرات والتفاعل بين المرسل والجمهور، تستخدمها إدارة العلاقات العامة-بالشرطة- للتعرف على آراء المتخصصين في بعض الموضوعات، ويشترط في الندوة الفعالة حسن اختيار الأفراد والمؤطرين، وتنظيم مواضيعها بدقة، وتتيح هذه الوسيلة للقائم بالندوة، المرسل أن يلمس ردة الفعل السريعة والمباشرة لرسالته من خلال تجاوب الحضور أي المتلقي، لذا فهي تعتبر من أفضل أنواع الإعلام المستخدم في التوعية المرورية، كما تبرز أهميتها خاصة مع فئة الشباب لأنها تتيح فرصة التحاور وطرح الأسئلة والتعقيب عليها وتقديم الآراء والاقتراحات والاستفسارات بحرية ومن دون قيود حول المواضيع المرورية المطروحة.

3-المحاضرات: تختلف عن الندوة في عدم سماحها بمشاركة الجمهور إلا بموافقة الحاضرين وهي وسيلة اتصال فعالة تستخدم لنقل الأفكار والمعلومات لأعداد كبيرة من الناس في نفس الوقت ويمكن استخدام هذه الوسيلة مثلا عند طرح تعديلات مقترحة في قانون المرور، أو الشروع في تقديم خدمة مرورية، وتنظم معظم إدارات المرور في الدول العربية مثل هذه الندوات والمحاضرات في المناسبات الخاصة كأسابيع المرور مثلا-أو الانتقالات المنظمة والخاصة بيوم الشرطة، أو اليوم العالمي لمكافحة المخدرات للالتقاء بالجمهور المستهدف3.

[1] محمود السباعي: إدارة الشرطة في الدولة الحديثة، الشركة العربية للطباعة والنشر، القاهرة، مجلد 2، 1963، ص-.ص 581، 582.

[2] محمود محمد الجوهري : العلاقات العامة بين الدعاية والعلام ، المكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1968، ص32.

[3] محمود محمد الجوهري: العلاقات العامة بين الدعاية والاعلام، المكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1968، ص32.

4- المسابقات: تعتبر إحدى الوسائل التي تستعمل بغية جذب الجمهور وانتباهه، وكذا خلق الاهتمام بالمعلومات الخاصة بالمشكلة المرورية، ومن ثمة نشر الثقافة المرورية وتوعية الجماهير بحجم وأخطار الحوداث الناجمة عن عمد الالتزام بقواعد المرور، وذلك من خلال طرح أسئلة قصيرة، ويتم أيضا تنظيم مثل هذه المسابقات أحيانا في برامج الحملات المرورية، وتذاع في مختلف وسائل الاعلام، كما تخصص جوائز للفائزين في هذه المسابقات، التي تتميز بامكانية توظيفها لتوعية جميع أفراد المجتمع على خنق فئاتهم وأعمارهم، وتمنح جراتر فيهيا يكسر الروتين اليومي[1].

5- اللقاءات اليومية بين رجل الشرطة والمواطن:وهنا يجب أن تطبق العلاقات العامة بصورة جيدة ومباشرة، فمن يحضر للابلاغ أو من يستدعي للشرطة، أو من يستوقفه أجل الشرطة للتحقق من رخصته..إلخ كل ذلك يمكنه أن يكون أدوات أو وسائل للتأثير في الجمهور-سلبا وإيجابا- ينبغي إذن أن يتحلى رجل الشرطة-كونه رجل علاقات عامة في الأساسي- في هذه اللقاءات بكل الصفات التي سبق واشرنا إليها بالنسبة لرجل العلاقات العامة كالحلم والصبر والرقة، وقوة الشخصية والمشاعر الانسانية، والعدل، وعدم التحيز لطرف من الأطراف، والمساواة في المعاملة، وتقدير مشاعر الآخرين.

و لربما يعتقد الكثيرون أن التجهم كصفة تدل على قوة الشخصية أو أهمية العمل أو المنصب، غير أنها إذا ما اكتنفت عمل الشرطي أدى هذا المظهر حتما إلى عكس المطلوب، بل إن مثل هذا التصرف يؤدي إلى انطباع مضاد لدى المتعامل مع الشرطة، وليس من السهل تغييره بكل أدوات العلاقات العامة ووسائلها وكثيرا ما يطل في نفوس الأفراد.

لذلك فإن الأستاذ: أ.و. ويلسون o.w Wilson (مدير شرطة شيكاغو حتى عام 1966، وعميد معهد علوم الجرام بكاليفورنيا) حينما وضع قواعد أو دستورا للعلاقات العامة في مجال الشرطة فإن أول ما قاله هو: (على الضباط أن يكونوا بشوشين ومهذبين وإذا خاطكبهم مواطن أعاروه أذن صاغية، وعليهم أن يلتزموا السكون والنظام والاصغاء وأن يمارسوا الصبر حتى يفرغ من موضوعه.

ويستطيع رجل المرور أن يطبق كل تعليمات عمله، بكل دقة، ولكن في صورة ممتازة، تترك أثرا طيب لدى من يتعامل معه من الأفراد، وزبالتالي في الجمهور عموما.

6- جولات الاستطلاع لزيارة مقار الشرطة: هناك وإحساس لدى الافراد بالرهبة من مقار الشرطة، وعملها، ذلك أنهم يجهلون مايتم بداخلها، ومجرد إزالة تلك الرهبة بدعوة المواطنين —وخاصة الأجيال

---

[1] جاسم خليل ميرزا: مرجع سابق، ص211.

الجديدة والشباب-لزيارة مقار الشرطة الشرطة والتعرف على الجهود التي تبذل والاجهزة الحديثة التي تساعد على كشف الجرائم وأدلتها سيؤدي بلا شك إلى غزالة ذلك الخوف وتلك الرهبة، غير أن ازالة الرهبة ليس معناها زوال احترام الأفراد للشرطة- وستؤدي تلك الزيارات إلى معرفة المواطنين بجهود الشرطة، وواجباتهم للتعاون معها، وهذا مرجوهم وهدف العلاقات العامة[1].

7- الاستعراض والمعارض: تعتبر المعارض التوعوية إحدى الطرق والوسائل المهمة للتعريف والتوعوية بالمشكلة المرورية، التي تستهدف في المقام الأول تدعيم العلاقات الايجابية بين الجهة المنظمة والجمهور، كما يتضمن استخدام المعارض في الاعلام المروري عادة المشكلة المرورية والقضايا الرئيسية التي يتم التكركيز عليها خلال فعاليات أسبوع المرور وتقام في الاماكن العامة كالحدائق، الأسواق، المدارس، يتم خلالها تقديم وعرض الارشادات المرورية في شكل صورا واحصائيات وأفلام وشعارات توعوية في مجال المرور، وتوزيع المطبوعات والمنشورات الصادرة عن دوائر الشرطة بمناسبة أسبوع المرور أو تنظيم الحملات التوعوية المرورية[2].

ولا شك أن قيام الشرطة باستعراضات تتضمن عرض قواتها، و نشاطاتها وأجهزتها:(المطافئ النجدة، قوات الامن، شرطة المرور..)، سيؤدي إلى احساس الأفراد بجهود الشرطة ويؤدي إلى احساس غيرهم من ذوي النزعات الاجرامية أو اللامبالاة أو عدم المسؤولية والحس الأمين المروري خاصة إلى قوة الشرطة وفعالياتها مما يجعلهم يتخلون أن الأفكار السيئة التي تراودهم.

8- دعوة بعض أفراد الجمهور:فدعوة الشرطة لبعض فراد الجمهور لخاصة الشباب وكذلك رجال الاعلام، بهدف مصاحبتها أثناء قيام رجالها بالدوريات أو بعض حالات ضبط الجرائم أو المجرمين أو تنظيم حركة المرور يمكن للأفراد (الجمهور) من عيش صعوبات جباة رجل الشرطة وجهوده وتضحياته مما سيكون له بالغ الأثر في اقناع الجمهور مع رسالة الشرطة، ويمثل اعتماد العلاقات العامة بالشرطة على مثل هذه الوسيلة فعالا إلى حد ما لحث الجمهور على التعاون مع رجل الشرطة سبيل استتباب الأمن خاصة المروري منه.

9- إشراك في أعمال الشرطة:تعتبر وسيلة اشتراك الجمهور بطريقة فعالة في أعمال الشرطة طريقة تعتمدها العلاقات العامة بالشرطة، وتتبع بعض أجهزة الشرطة في الولايات المتحدة هذه الوسيلة بإنشاء منظمات عامة يتطوع فيها أفراد الجمهور للمساهمة في أعمال الشرطة ومن الأفضل أن تقتصر هذه المساهمة على

[1] علي الباز: مرجع سابق، ص147.

[2] جاسم خليل ميرزا: مرجع سابق، ص210.

بعض عمليات الشرطة كرعاية الأحداث ووقايتهم من الانحراف، وكذا تنظيم حركة المرور، دون بعض الأعمال الأخرى ذات الحساسية الخاصة مثل ما يتعلق منها بأعمال المباحث....الخ.

وتتبع العلاقات العامة بالشرطة في بعض الدول العربية ومن بينها مصر والكويت هذا الأسلوب بواسطة تكوين ما يسمى بجمعيات أصدقاء الشرطة والتي ينضم غليها طلاب وطالبات المدارس الثانوية، خلال العطلات الصيفية حيث يدربون على القيان بمساعدة رجال المرور في تنظيم حركة المرور[1].

إن اعتماد جهاز العلاقات العامة بالشرطة على مثل هذه الرسائل مباشرة كانت أم غير مباشرة من شأنه أن يحدث أثرا بليغ في سلوك الجمهور وإيقاظ الحس الأمني والمسؤولية في نفس كل فرد، إذ على المواطن فهم رسالة الشرطة ويتعين عليه القيام بواجبه وإضافة ذلك الواجب لواجبات رجل الشرطة في سبيل تحقيق الأمن وتحسينه خصوصا على مستوى الطرقات، كما يتعين على جهاز العلاقات العامة هو الآخر تطوير ممارسة العلاقات العامة في الاجهزة الشرطية والتصدي للعجز والقصور بسبب ما قد سبق وأشرنا إليه من عراقيل العلاقات العامة بالشرطة، يأتي ذلك القصور إذن في ممارسة العلاقات العامة بالشرطة بسبب التطبيق غير السليم لمبادئ هذا العلم أو الإخفاق في تحديد الأهداف المخططة له، فمن بين التوصيات والاقتراحات لتطوير ممارسة العلاقات العامة بالأجهزة الشرطية ندرج هذه التوصيات والاقتراحات كمايلي:

* أن يتم في المقام الأول وتلبية العديد من الاعتبارات والمعايير الفنية والتخصصية المنهجية الفصل بين قسم العلاقات العامة كجهاز فني استشاري عن غيره من إدارات قوة الشرطة وتبعيته المباشرة للقائد العام للشرطة كما هو الحال مثلا بشرطة دبي،والأمر لا يختلف عنه بالجزائر كون تتبع الولايات أو تتسم أقسام العلاقات العامة بالمؤسسات الشرطية عبر مختلف ولايات الوطن بالتبعية للمديرية العامة للأمن الوطني بالعاصمة.

* القيام بعقد دورات تدريبية متخصصة ومتقدمة محليا وداخليا في العلاقات العامة للعاملين والمرشحين للعمل في أجهزتها على أن يتم تثبيت هذه الدورات في برنامج الخطة السنوية للتدريب بقوة الشرطة بهدف تأهيل ولصق ذوي الرغبة والمواهب في هذين المجالين.

* الأخذ بعين الاعتبار سياسة الإيفاد للمتقدمين في اجتياز الدورات التدريبية الداخلية إلى دورات تخصصية متقدمة في العلاقات العامة تعقد في الخارج من أجل اكتساب خبرات ومعلومات جديدة وحديثة في هذا الشأن يمكن من خلالها إعداد الأجيال المتعاقبة من رجال العلاقات العامة المدركين تماما لرسالتها والساعين نحو نشرها بين المتعاملين معها والمنتفعين بخدماتها.

([1])-علي الباز: مرجع سابق، ص148.

* تزويد الأجهزة المركزية والفرعية للعلاقات العامة بالكفاءات البشرية المتخصصة علميا وأكاديميا في هذين المجالين لإضفاء الطابع العلمي والأكاديمي الحديث عليها عند وضع وتنفيذ سياسات وبرامج العمل بالعلاقات العامة والنهوض بمستواها إلى الأفضل.

* توفير كافة الإمكانيات المادية والفنية الضرورية لعمل جهاز العلاقات العامة باعتبارهما الوسائل المتممة للعنصر البشري المتخصص علميا "فنيا" في هذا المجال.

* العمل على إيجاد نوع من التكامل الداخلي والعربي عامة في مجال العلاقات العامة بالشرطة، وفتح مجالات التعاون وتبادل الخبرات والمعلومات، والعمل سويا للنهوض بالعمل الجماعي الموحد الذي ستنعكس آثاره على الجميع مستقبلا من خلال ما سيتم الوصول إليه من حلول مبدعة لمشكلات العمل في جهاز العلاقات العامة ومقترحات بناءة لتحسين معدلات الأداء فيها.

* الإقلال أو الحد من سياسة التنقلات وحصرها في أضيق نطاق بالنسبة للعاملين في جهاز العلاقات العامة بين الإدارات المختلفة لأجهزة الشرطة مع التركيز على العنصر الوطني باعتباره أكثر العناصر ثباتا في مجال الخدمة الوطنية، فالاستقرار الوظيفي ينتج عنه اطمئنان العاملين وجودة عملهم.

* تقرير عقد الاجتماعات الدورية والمؤتمرات الداخلي واللقاءات العامة الشاملة لجميع أطراف العملية الإدارية بمجال العلاقات العامة في أجهزة الشرطة وذلك لأجل تدارس الأوضاع الداخلية لهذه الأجهزة والعمل على حل مشاكلها وتدارس سياستي التنسيق والتعاون للنهوض بمستواها الخدماتي إلى الأفضل دوما والوقوف بصورة مستمرة على مشاكل ومطالب المتعاملين معه[1].

---

[1] محمد قيراط ووائل اسماعيل عبد الباري: مرجع سابق، ص- : 53، 54.

جدول رقم 01: السن والمستوى التعليمي

المستوى التعليمي	دون الجامعي		جامعي		عالي		المجموع	النسبة
السن	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
[20-29[	33	36,66	52	57,77	3	15	88	44
[30-39[	28	31,11	28	31,11	7	35	63	31,5
[40-49[	29	32,22	10	11,11	10	50	49	24,5
	90	100	90	100	20	100	200	100

جدول رقم 02: مهمة الشرطة

المستوى التعليمي	دون الجامعي								جامعي								عالي								المجموع	النسبة
السن	]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع		]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع		]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع			
الاحتمالات	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
حفظ الأمن	25	64,10	16	51,26	16	59,25	57	58,76	46	62,16	26	63,41	8	72,72	80	63,49	3	75	8	72,72	9	69,23	20	71,42	157	62,54
مساعدة الأفراد	11	28,20	12	38,70	7	25,92	30	30,92	27	36,48	14	34,14	1	9,09	42	33,33	1	25	3	27,27	4	30,76	8	28,57	80	31,87
لا شيء	3	7,69	3	9,67	4	14,81	10	10,30	1	1,35	1	2,43	2	18,18	4	3,17	0	0	0	0	0	0	0	0	14	5,57
المجموع	39	100	31	100	27	100	97	100	74	100	41	100	11	100	126	100	4	100	11	100	13	100	28	100	251	100

كا2 المحسوبة = 37.31   كا2 الجدولية= 26.29

درجة الحرية = 16   عند مستوى الدلالة: 0.05

جدول رقم 03: درجة التعاون مع الشرطة

المستوى التعليمي	دون الجامعي								جامعي								عالي								المجموع
السن	]29-20[		]39-30[		]49-40[		المجموع		]29-20[		]39-30[		]49-40[		المجموع		]29-20[		]39-30[		]49-40[		المجموع		
الاحتمالات	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
دائما	0	0	3	10.71	5	17.24	8	8.88	27	51.92	10	35.71	4	40	41	45.55	2	66.66	7	100	10	100	19	95	68
أحيانا	8	24.24	13	46.42	12	41.37	33	36.66	15	28.84	15	53.57	5	50	35	38.88	1	33.33	0	0	0	0	1	5	69
أبدا	25	75.25	12	42.85	12	41.37	49	54.44	10	19.23	1	10	14	15.55	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	63
المجموع	33	100	28	100	29	100	90	100	52	100	28	100	10	100	90	100	3	100	7	100	10	100	20	100	200

كا^2 المحسوبة = 99.49   **كا**^{2} **الجدولية = 26.29**

درجة الحرية = 16   عند مستوى الدلالة: 0.05

جدول رقم 04: سبب التعاون مع الشرطة

المستوى التعليمي	دون الجامعي								جامعي								عالي								المجموع	النسبة
السن	]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع		]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع		]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع			
الاحتمالات	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
حسن المعاملة	0	0	0	0	0	0	0	0	2	6.66	3	20	1	16.66	6	11.76	3	27.27	10	40	4	12.22	17	31.48	23	17.96
السعي لحفظ الأمن	2	100	6	60	8	72.72	16	69.56	20	66.66	10	66.66	3	50	33	64.70	5	45.45	12	48	8	44.44	25	46.29	74	57.81
خدمة الأفراد	0	0	4	40	3	27.27	7	30.43	8	26.66	2	13.33	2	33.33	12	23.52	3	27.27	3	12	6	33.33	12	22.22	31	24.21
المجموع	2	100	10	100	11	100	23	100	30	100	15	100	6	100	51	100	11	100	25	100	18	100	54	100	128	100

كا² المحسوبة = 21.42 — كا² الجدولية = 26.29

درجة الحرية = 16 — عند مستوى الدلالة: 0.05

جدول رقم 05: سبب عدم التعاون مع الشرطة

المستوى التعليمي	دون الجامعي								جامعي								عالي								المجموع	النسبة
السن	]29-20[		]39-30[		]49-40[		المجموع		]29-20[		]39-30[		]49-40[		المجموع		]29-20[		]39-30[		]49-40[		المجموع			
الاحتمالات	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
جفاء المعاملة	15	53.57	3	20	2	12.5	20	33.89	2	13.33	1	12.5	0	0	3	11.53	0	0	0	0	0	0	0	0	23	27.05
سوء الأداء	10	35.71	4	26.66	8	50	22	37.28	10	66.66	2	25	2	66.66	14	53.84	0	0	0	0	0	0	0	0	36	42.35
التعسف في استعمال السلطة	3	10.71	8	53.93	6	37.5	17	28.81	3	20	5	62.5	1	33.33	9	34.61	0	0	0	0	0	0	0	0	26	30.58
المجموع	28	100	15	100	16	100	59	100	15	100	8	100	3	100	26	100	0	0	0	0	0	0	0	0	85	100

كا2 المحسوبة = 25.31   **كا2 الجدولية = 26.29**

درجة الحرية = 16   عند مستوى الدلالة: 0.05

جدول رقم 06: درجة التردد على أقسام الشرطة

المستوى التعليمي	دون الجامعي								جامعي								عالي								المجموع	النسبة
السن	]29-20[		]39-30[		]49-40[		المجموع		]29-20[		]39-30[		]49-40[		المجموع		]29-20[		]39-30[		]49-40[		المجموع			
الاحتمالات	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
دائما	0	0	0	0	0	0	0	0	4	7.69	5	17.85	3	30	12	13.33	0	0	1	14.28	4	40	5	25	17	8.5
أحيانا	10	30.30	16	57.14	19	65.51	45	50	22	42.30	10	35.71	5	50	37	41.11	3	100	5	71.42	5	50	13	65	95	47.5
أبدا	23	69.69	12	42.85	10	34.48	45	50	26	50	13	46.42	2	20	41	45.55	0	0	1	14.28	1	10	2	10	88	44
المجموع	33	100	28	100	29	100	90	100	52	100	28	100	10	100	90	100	3	100	7	100	10	100	20	100	200	100

كا^2 المحسوبة = 49.1

درجة الحرية = 16

كا^2 الجدولية = 26.29

عند مستوى الدلالة: 0.05

جدول رقم 07: سبب التردد على أقسام الشرطة

المستوى التعليمي	دون الجامعي								جامعي								عالي								المجموع	النسبة
السن	]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع		]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع		]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع			
الاحتمالات	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
الاستفسار	0	0	0	0	0	0	0	0	2	13.33	0	0	0	0	2	4.87	1	14.28	0	0	2	28.57	3	16.66	5	6.32
إيداع شكوى	2	50	4	66.66	4	40	10	50	3	20	7	41.17	6	66.66	16	39.02	2	28.57	1	25	2	28.57	5	27.77	31	39.24
تصريح بضياع	2	50	2	33.33	6	60	10	50	10	66.66	10	58.82	3	33.33	23	56.09	4	57.14	3	75	3	42.85	10	55.55	43	54.43
المجموع	4	100	6	100	10	100	20	100	15	100	17	100	9	100	41	100	7	100	4	100	7	100	18	100	79	100

كا2 المحسوبة = 17.81   كا2 الجدولية = 26.29

درجة الحرية = 16   عند مستوى الدلالة: 0.05

جدول رقم 08: اللجوء إلى الشرطة من عدمه

المستوى التعليمي	دون الجامعي								جامعي								عالي								المجموع	النسبة
السن	]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع		]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع		]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع			
الاحتمالات	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
نعم	8	24.24	6	21.42	8	27.58	22	24.44	15	28.84	10	35.71	5	50	30	30	0	0	2	28.57	4	40	6	30	58	29
لا	25	75.75	22	78.57	21	72.41	68	75.55	37	71.15	18	64.28	5	50	60	60	3	100	5	71.42	6	60	14	70	142	71
المجموع	33	100	28	100	29	100	90	100	52	100	28	100	10	100	90	100	3	100	7	100	10	100	20	100	200	100

كا^2 المحسوبة = 5.67 — **كا^2** الجدولية = 15.50

درجة الحرية = 08 — عند مستوى الدلالة: 0.05

جدول رقم 09: موقف الشرطة إزاء مشاكل الجمهور

المستوى التعليمي	دون الجامعي								جامعي								عالي								المجموع	النسبة
السن	]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع		]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع		]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع			
الاحتمالات	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
الإسراع في الحل	1	12.5	0	0	2	25	3	13.63	12	80	7	70	3	60	22	73.33	0	0	2	100	2	66.66	4	80	29	50.87
التباطؤ في الحل	2	25	4	66.66	2	25	8	36.36	2	13.33	2	20	2	40	6	20	0	0	0	0	1	33.33	1	20	15	26.31
عدم الاكتراث	5	62.5	2	33.33	4	50	11	50	1	6.60	1	10	0	0	2	6.66	0	0	0	0	0	0	0	0	13	22.80
المجموع	8	100	6	100	8	100	22	100	15	100	10	100	5	100	30	100	0	0	2	100	3	100	5	100	57	100

كا^2 المحسوبة = 29.78   كا^2 الجدولية = 26.29

درجة الحرية = 16   عند مستوى الدلالة: 0.05

جدول رقم 10: اقتراحات توثيق الروابط بين الشرطة والجمهور

المستوى التعليمي	دون الجامعي								جامعي								عالي								المجموع	النسبة
السن	]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع		]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع		]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع			
الاحتمالات	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
أداء الشرطة لمهامها بكفاءة	15	45.45	12	42.85	10	34.48	37	41.11	10	19.23	9	32.14	1	10	20	22.22	0	0	1	14.28	1	10	2	9.52	59	29.5
تحسين صورة الشرطة	3	9.09	6	21.42	5	17.24	14	15.55	12	23.07	10	35.71	4	40	26	28.88	1	33.33	3	42.85	7	70	12	57.14	51	25.5
احترام ومساعدة الشرطة	3	9.09	3	10.71	4	13.79	10	11.11	25	48.07	5	17.85	3	30	33	36.66	2	66.66	3	42.85	2	20	7	33.33	50	25
دون إجابة	12	36.36	7	25	10	34.48	29	32.22	5	9.61	4	14.28	2	20	11	12.22	0	0	0	0	0	0	0	0	40	20
المجموع	33	100	28	100	29	100	90	100	52	100	28	100	10	100	90	100	3	100	7	100	10	100	21	100	200	100

$كا^2$ المحسوبة = 75.97 — $كا^2$ الجدولية = 36.41

درجة الحرية = 24 — عند مستوى الدلالة: 0.05

جدول رقم 11: مهمة الشرطة

المستوى التعليمي	دون الجامعي								جامعي								عالي								المجموع	النسبة
السن	]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع		]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع		]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع			
الاحتمالات	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
نعم	20	60.60	17	60.71	17	58.62	54	60	28	53.84	15	53.57	2	20	45	50	1	33.33	1	14.28	2	20	4	20	103	51.5
لا	2	6.06	0	0	4	13.79	6	6.66	16	30.76	10	35.71	7	70	33	36.66	2	66.66	6	..8571	8	80	16	80	55	27.5
لا أعلم	11	33.33	11	39.28	8	27.58	30	33.33	8	15.48	3	10.71	1	10	12	13.33	0	0	0	0	0	0	0	0	42	21
المجموع	33	100	28	100	29	100	90	100	52	100	28	100	10	100	90	100	3	100	7	100	10	100	20	100	200	100

كا2 المحسوبة = 64.68 **كا2 الجدولية = 26.29**

درجة الحرية = 16 **عند مستوى الدلالة: 0.05**

جدول رقم 12: مهام الشرطة حسب رأي الجمهور

المستوى التعليمي	دون الجامعي								جامعي								عالي								المجموع	النسبة
السن	]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع		]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع		]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع			
الاحتمالات	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
التوعية والتحسيس	0	0	0	0	0	0	0	0	7	43.75	2	20	3	42.85	12	36.36	2	10	4	66.66	5	62.5	11	68.75	23	41.81
الإعلام والتوجيه	0	0	0	0	2	50	2	33.33	5	31.25	6	60	2	28.57	13	39.39	0	0	2	33.33	2	25	4	25	19	34.54
دون إجابة	2	100	0	0	2	50	4	66.66	4	25	2	20	2	28.57	8	24.24	0	0	0	0	1	12.5	1	6.25	13	23.63
المجموع	2	100	0	0	4	100	6	100	16	100	10	100	7	100	33	100	2	100	6	100	8	100	16	100	55	100

كا² المحسوبة = 19.42   كا² الجدولية = 26.29

درجة الحرية = 16   عند مستوى الدلالة: 0.05

جدول رقم 13: النشاط الإعلامي لجهاز العلاقات العامة بالشرطة

المستوى التعليمي	دون الجامعي								جامعي								عالي								المجموع	النسبة
السن	]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع		]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع		]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع			
الاحتمالات	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
نعم	4	12.12	7	25	12	41.37	23	25.55	15	28.84	14	50	7	70	36	40	2	66.66	6	85.71	8	80	16	80	75	37.5
لا	9	27.27	6	21.42	8	27.58	23	25.55	4	7.69	4	14.28	1	10	9	10	0	0	0	0	0	0	0	0	30	15
لا أعلم	20	66.66	15	53.57	9	31.03	44	48.88	33	63.46	10	35.71	2	20	45	50	1	33.33	1	14.28	2	20	4	20	95	47.5
المجموع	33	100	28	100	29	100	90	100	52	100	28	100	10	100	90	100	3	100	7	100	10	100	20	100	200	100

كا^2 المحسوبة = 46.87

درجة الحرية = 16

كا^2 الجدولية = 26.29

عند مستوى الدلالة: 0.05

جدول رقم 14: حاجة الشرطة لجهاز خاص بالعلاقات العامة

المستوى التعليمي	دون الجامعي								جامعي								عالي								المجموع	النسبة
السن	]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع		]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع		]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع			
الاحتمالات	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
توعية الأفراد أمنيا	7	21.21	7	25	4	13.79	18	24.65	18	33.33	6	20	2	13.33	26	26.26	2	33.33	3	30	3	23.07	8	27.58	52	23.85
تحسين علاقة الشرطة بالأفراد	25	75.75	18	64.28	20	68.96	46	63.01	25	46.29	14	46.66	8	53.33	47	47.47	1	16.66	2	20	2	15.38	5	17.24	115	52.75
تحسين مستوى رجل الشرطة	1	3.03	3	10.71	5	17.24	9	12.32	11	20.37	10	33.33	5	33.33	26	26.26	3	50	5	50	8	61.53	16	55.17	51	23.39
المجموع	33	100	28	100	29	100	73	100	54	100	30	100	15	100	99	100	6	100	10	100	13	100	29	100	218	100

كا2 المحسوبة = 40.9 **كا2 الجدولية = 26.29**

درجة الحرية = 16 **عند مستوى الدلالة: 0.05**

جدول رقم 15: التعرض للمنشورات والمجلات الأمنية من عدمه

المستوى التعليمي	دون الجامعي								جامعي								عالي								المجموع	النسبة
السن	]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع		]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع		]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع			
الاحتمالات	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
نعم	4	12.12	2	7.14	1	3.44	7	7.77	13	25	8	28.57	1	10	22	24.44	2	66.66	4	57.14	6	60	12	60	41	20.5
لا	29	87.87	26	92.25	28	96.55	83	92.22	39	75	20	71.42	9	90	68	75.55	1	33.33	3	42.85	4	40	8	40	159	79.5
المجموع	33	100	28	100	29	100	90	100	52	100	28	100	10	100	90	100	3	100	7	100	10	100	20	100	200	100

كا2 المحسوبة = 31.33 — كا2 الجدولية = 15.50

درجة الحرية = 08 — عند مستوى الدلالة: 0.05

جدول رقم 16: سبب التعرض للمنشورات والمجلات الأمنية

المستوى التعليمي	دون الجامعي								جامعي								عالي								المجموع	النسبة
السن	]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع		]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع		]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع			
الاحتمالات	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
تتناول مواضيع مفيدة	0	0	0	0	0	0	0	0	3	23.07	1	12.5	0	0	4	18.18	0	0	1	25	2	33.33	3	25	7	17.07
رفع مستوى الثقافة الأمنية	3	75	2	100	0	0	5	71.42	7	53.84	3	37.5	0	0	10	45.45	1	50	1	25	1	16.66	3	25	18	43.90
الإطلاع على المواضيع الأمنية	1	25	0	0	1	100	2	28.57	3	23.07	4	50	1	100	8	36.36	1	50	2	50	3	50	6	50	16	39.02
المجموع	4	100	2	100	1	100	7	100	13	100	8	100	1	100	22	100	2	100	4	100	6	100	12	100	41	100

كا^2 المحسوبة = 13.58 — كا^2 الجدولية = 26.29

درجة الحرية = 16 — **عند مستوى الدلالة: 0.05**

جدول رقم 17: زيارة الأبواب المفتوحة على الشرطة أو معارض وأسابيع السلامة المرورية من عدمها

المستوى التعليمي	دون الجامعي								جامعي								عالي								المجموع	النسبة
السن	[20-29]		[30-39]		[40-49]		المجموع		[20-29]		[30-39]		[40-49]		المجموع		[20-29]		[30-39]		[40-49]		المجموع			
الاحتمالات	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
نعم	10	30.30	6	21.42	5	17.24	21	23.33	21	40.38	10	35.71	2	20	33	36.66	2	66.66	5	71.42	5	50	12	60	66	33
لا	23	69.69	22	78.57	24	82.75	69	76.66	31	59.61	18	64.28	8	80	57	63.33	1	33.33	2	28.57	5	50	8	40	134	67
المجموع	33	100	28	100	29	100	90	100	52	100	28	100	10	100	90	100	3	100	7	100	10	100	20	100	200	100

كا2 المحسوبة = 13.17 — **كا2 الجدولية = 15.50**

درجة الحرية = 08 — **عند مستوى الدلالة: 0.05**

جدول رقم 18: سبب زيارة الأبواب المفتوحة على الشرطة أو معارض وأسابيع السلامة المرورية

المستوى التعليمي	دون الجامعي								جامعي								عالي								المجموع	النسبة
السن	]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع		]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع		]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع			
الاحتمالات	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
التعرف على العمل الشرطي	1	10	1	16.66	1	20	3	14.28	5	23.80	4	33.33	0	0	9	25.71	1	33.33	2	33.33	2	20	5	26.31	17	22.66
إكتساب ثقافة مرورية	3	30	4	66.66	3	60	10	47.61	12	57.14	6	50	2	100	20	57.14	2	66.66	4	66.66	8	80	14	73.68	44	58.66
إشباع الفضول فقط	6	60	1	16.66	1	20	8	38.09	4	19.04	2	16.66	0	0	6	17.14	0	0	0	0	0	0	0	0	14	18.66
المجموع	10	100	6	100	5	100	21	100	21	100	12	100	2	100	35	100	3	100	6	100	10	100	19	100	75	100

$كا^2$ المحسوبة = 18.43

درجة الحرية = 16

$كا^2$ الجدولية = 26.29

عند مستوى الدلالة: 0.05

جدول رقم 19: علاقة التعرض لوسائل العلاقات العامة بالشرطة بارتفاع مستوى الثقافة الأمنية

المستوى التعليمي	دون الجامعي								جامعي								عالي								المجموع	النسبة
السن	]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع		]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع		]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع			
الاحتمالات	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
كثيرا	2	28.57	3	75	0	0	5	33.33	10	58.82	4	50	2	66.66	16	57.14	2	100	3	75	7	77.77	12	80	33	56.89
نوعا ما	3	42.85	0	0	2	50	5	33.33	5	29.41	3	37.5	1	33.33	9	32.14	0	0	1	25	2	22.22	3	20	17	29.31
قليلا	2	28.57	1	25	2	50	5	33.33	2	11.76	1	12.5	0	0	3	10.71	0	0	0	0	0	0	0	0	8	13.79
المجموع	7	100	4	100	4	100	15	100	17	100	8	100	3	100	28	100	2	100	4	100	9	100	15	100	58	100

كا2 المحسوبة = 15.26 ‏ ‏ ‏ كا2 الجدولية = 26.29

درجة الحرية = 16 ‏ ‏ ‏ عند مستوى الدلالة: 0.05

جدول رقم 20: سبب عدم التعرض لوسائل العلاقات العامة بالشرطة

المستوى التعليمي	دون الجامعي								جامعي								عالي								المجموع	النسبة
السن	]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع		]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع		]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع			
الاحتمالات	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
عدم الفعالية	4	15.38	3	12.5	7	28	14	18.66	13	37.14	7	36.84	1	14.28	21	34.42	2	100	2	100	3	60	7	77.77	42	28.96
عدم الاهتمام	6	23.07	8	33.33	7	28	21	32	5	14.28	2	2	10.52	2	28.57	9	14.75	0	0	0	0	1	20	11.11	11.11	21.37
الجهـــــــل بوجودها	16	61.53	13	54.16	11	44	40	53.33	17	48.57	10	52.63	4	57.14	31	50.31	0	0	0	0	1	20	1	11.11	72	49.65
المجموع	26	100	24	100	25	100	75	100	35	100	19	100	7	100	61	100	2	100	2	100	5	100	9	100	145	100

كا2 المحسوبة = 23.42 **كا2 الجدولية = 26.29**

درجة الحرية = 16 عند مستوى الدلالة: 0.05

جدول رقم 21: تقييم دور العلاقات العامة الشرطة

المستوى التعليمي	دون الجامعي								جامعي								عالي								المجموع	النسبة
السن	]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع		]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع		]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع			
الاحتمالات	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
غير فعال	27	81.81	15	53.57	22	75.86	64	71.11	32	61.53	14	50	7	70	53	58.88	2	66.66	4	57.14	6	60	12	60	129	64.5
متواضع	4	12.12	10	35.71	5	17.24	19	21.11	10	19.23	8	28.57	1	10	19	21.11	0	0	3	42.85	3	30	6	30	44	22
فعال	2	6.06	3	10.71	2	6.86	7	7.77	10	19.23	6	21.42	2	20	18	20	1	33.33	0	0	1	10	2	10	27	13.5
المجموع	33	100	28	100	29	100	90	100	52	100	28	100	10	100	90	100	3	100	7	100	10	100	20	100	200	100

كا^2 المحسوبة = 18.79 — **كا^2** الجدولية = 26.29

درجة الحرية = 16 — عند مستوى الدلالة: 0.05

جدول رقم 22: اقتراحات تطوير دور العلاقات العامة بالشرطة في التوعية المرورية

المستوى التعليمي	دون الجامعي								جامعي								عالي								المجموع	النسبة
السن	]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع		]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع		]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع			
الاحتمالات	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
تكثيف وتنويع وسائل العلاقات العامة	9	25	2	7.14	7	24.13	18	19.35	16	28.07	12	34.28	4	30.76	32	30.47	2	25	4	36.36	5	38.46	11	34.37	61	26.52
تكثيف حملات التوعية	20	55.55	18	64.28	20	68.16	58	62.36	28	49.12	14	40	7	53.84	49	46.66	4	50	5	45.45	6	46.15	15	46.87	122	53.04
تحسين مضمون الرسالة الأمنية	7	19.44	8	28.57	2	6.89	17	18.27	13	22.80	9	25.71	2	15.38	24	22.85	2	25	2	18.18	2	15.38	6	18.75	47	20.43
المجموع	36	100	28	100	29	100	93	100	57	100	35	100	13	100	105	100	8	100	11	100	13	100	32	100	230	100

كا^2 المحسوبة = 14.89

درجة الحرية = 16

كا^2 الجدولية = 26.29

عند مستوى الدلالة:0.05

جدول رقم 23: توقعات الجمهور لمستوى الوعي المروري في ظل دور العلاقات العامة بالشرطة في التوعية المرورية

المستوى التعليمي	دون الجامعي								جامعي								عالي								المجموع	النسبة
السن	]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع		]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع		]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع			
الاحتمالات	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
التحسن	3	9.09	2	7.14	7	24.13	12	13.33	7	13.46	6	21.42	3	30	16	17.77	2	66.66	5	71.42	6	60	13	65	38	19
الثبات	20	60.60	17	60.71	13	65.51	50	55.55	33	63.46	14	50	6	60	53	58.88	1	33.33	2	28.57	2	20	5	25	114	57
الانخفاض	10	30.30	9	32.14	9	31.03	28	31.11	12	23.07	8	28.57	1	10	21	23.33	0	0	0	0	2	20	2	10	48	24
المجموع	33	100	28	100	29	100	90	100	52	100	28	100	10	100	90	100	3	100	7	100	10	100	20	100	200	100

كا2 المحسوبة = 38.06 **كا2 الجدولية = 26.29**

درجة الحرية = 16 **عند مستوى الدلالة: 0.05**

جدول رقم 24: التعرض لحاث مرور

المستوى التعليمي	دون الجامعي								جامعي								عالي								المجموع	النسبة
السن	[20-29]		[30-39]		[40-49]		المجموع		[20-29]		[30-39]		[40-49]		المجموع		[20-29]		[30-39]		[40-49]		المجموع			
الاحتمالات	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
نعم	20	60.60	12	12.85	13	44.82	45	50	29	55.76	3	10.71	4	40	36	40	1	33.33	0	0	1	10	2	10	83	41.5
لا	13	39.39	16	57	16	55.17	45	50	23	44.23	25	89.28	6	60	54	60	2	66.66	7	100	9	90	18	90	117	58.5
المجموع	33	100	28	100	29	100	90	100	52	100	28	100	10	100	90	100	3	100	7	100	10	100	20	100	200	100

كا2 المحسوبة = 29.63   **كا2 الجدولية = 15.50**

درجة الحرية = 08   **عند مستوى الدلالة : 0.05**

جدول رقم 25: التسبب في حوادث المرور

المستوى التعليمي	دون الجامعي								جامعي								عالي								المجموع	النسبة
السن	]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع		]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع		]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع			
الاحتمالات	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
نعم	16	80	8	66.66	9	69.23	33	73.33	19	65.51	3	100	2	50	24	66.66	0	0	0	0	0	0	0	0	57	68.67
لا	4	20	4	33.33	4	30.76	12	26.66	10	34.48	0	0	2	50	12	33.33	1	100	0	0	1	100	2	100	26	31.32
المجموع	20	100	12	100	13	100	45	100	29	100	3	100	4	100	36	100	1	100	0	0	1	100	2	100	83	100

$كا^2$ المحسوبة = 7.37 — $كا^2$ الجدولية = 15.50

درجة الحرية = 08 — عند مستوى الدلالة: 0.05

جدول رقم 26: أسباب التعرض لحوادث المرور

المستوى التعليمي	دون الجامعي								جامعي								عالي								المجموع	النسبة
السن	]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع		]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع		]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع			
الاحتمالات	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
عدم احترام قوانين المرور	16	76.19	7	58.33	9	69.23	32	69.56	13	44.82	3	100	2	50	18	50	0	0	0	0	0	0	0	0	50	52.52
خطأ ارتكبه غيرك	2	9.52	3	25	4	30.76	9	19.56	6	20.68	0	0	2	50	8	22.22	1	100	0	0	0	0	1	50	18	21.42
أسباب متعلقة بحالة الطريق والسيارة	3	14.28	2	16.66	0	0	5	10.86	10	34.48	0	0	0	0	10	27.77	0	0	0	0	0	0	1	50	16	19.04
المجموع	21	100	12	100	13	100	46	100	29	100	3	100	4	100	36	100	1	100	0	0	0	0	2	100	84	100

كا^2 المحسوبة = 23.67 — كا^2 الجدولية = 26.29

درجة الحرية = 16 — عند مستوى الدلالة: 0.05

جدول رقم 27: موقف الجمهور من مآسي حوادث المرور

المستوى التعليمي	دون الجامعي								جامعي								عالي								المجموع	النسبة
السن	[29-20]		[39-30]		[49-40]		المجموع		[29-20]		[39-30]		[49-40]		المجموع		[29-20]		[39-30]		[49-40]		المجموع			
الاحتمالات	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
المسؤولية	2	6.06	9	30	14	42.42	25	26.04	20	34.48	19	57.57	8	40	47	42.34	2	28.57	6	37.5	12	46.15	20	40.81	92	35.93
التأسف على السلوك المرور للسائقين	27	81.81	20	66.66	19	57.57	66	68.75	38	65.51	14	42.42	12	60	64	57.65	5	71.42	10	62.5	14	53.84	29	59.18	159	62.10
لا أبالي	4	12.12	1	3.33	0	0	5	5.20	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	1.95
المجموع	33	100	30	100	33	100	96	100	58	100	33	100	20	100	111	100	7	100	16	100	26	100	49	100	256	100

كا^2 المحسوبة = 58.88 **كا^2 الجدولية = 26.29**

درجة الحرية = 16 عند مستوى الدلالة : 0.05

جدول رقم 28: أسباب تصنيف 2009 السنة الأكثر دموية بالنسبة لحوادث المرور

المستوى التعليمي	دون الجامعي								جامعي								عالي								المجموع	النسبة
السن	[20-29]		[30-39]		[40-49]		المجموع		[20-29]		[30-39]		[40-49]		المجموع		[20-29]		[30-39]		[40-49]		المجموع			
الاحتمالات	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
نقص الوعي المروري	4	11.42	10	33.33	9	29.03	23	23.95	20	33.89	8	22.85	3	25	31	29.24	2	33.33	6	42.85	6	40	14	40	68	28.69
غياب الحس الأمني	9	25.71	2	6.66	3	9.67	14	14.58	4	6.77	6	17.14	2	16.6	12	11.32	1	16.66	1	7.14	1	6.66	3	8.57	29	12.23
عدم الالتزام بقوانين المرور	22	62.85	18	60	19	61.29	59	61.45	35	59.32	21	60	7	58.3	63	59.43	3	50	7	50	8	53.33	18	51.42	140	59.07
المجموع	35	100	30	100	31	100	96	100	59	100	35	100	12	100	106	100	6	100	14	100	15	100	35	100	237	100

كا^2 المحسوبة = **32.2**   كا^2 الجدولية = **26.29**

درجة الحرية = **16**   عند مستوى الدلالة **0.05**

جدول رقم 29: الإطلاع على قانون المرور الجديد

المستوى التعليمي	دون الجامعي								جامعي								عالي								المجموع	النسبة
السن	]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع		]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع		]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع			
الاحتمالات	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
نعم	5	15.15	4	14.28	7	24.13	16	17.77	20	38.46	12	42.85	4	40	36	40	2	66.66	6	85.71	8	80	16	80	68	34
لا	28	84.84	24	85.71	22	75.86	74	82.22	32	61.53	16	57.14	6	60	54	60	1	33.33	1	14.28	2	20	4	40	132	66
المجموع	33	100	28	100	29	100	90	100	52	100	28	100	10	100	90	100	3	100	7	100	10	100	20	100	200	100

كا2 المحسوبة = 50.84 **كا2 الجدولية = 15.50**

درجة الحرية = 08 عند مستوى الدلالة: 0.05

جدول رقم 30: العقوبات الحالية لمخالفي قانون المرور

المستوى التعليمي	دون الجامعي								جامعي								عالي								المجموع	النسبة
السن	]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع		]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع		]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع			
الاحتمالات	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
مناسبة جدا	2	6.06	1	3.57	2	6.89	5	5.55	3	5.76	2	7.14	2	20	7	7.77	2	66.66	5	71.42	5	50	12	60	24	12
ملائمة	3	9.09	8	28.57	4	13.79	15	16.66	17	32.69	6	21.42	2	20	25	27.77	1	33.33	2	28.57	3	30	6	30	46	23
قاسية جدا	28	84.84	19	67.85	23	79.31	70	77.77	32	61.53	20	71.42	6	60	58	64.44	0	0	0	0	2	20	2	10	130	65
المجموع	33	100	28	100	29	100	90	100	52	100	28	100	10	100	90	100	3	100	7	100	10	100	20	100	200	100

كا^2 المحسوبة = 68.1 كا^2 الجدولية = 26.29

درجة الحرية = 16 عند مستوى الدلالة: 0.05

جدول رقم 31: الطريقة المثلى لترسيخ قناعة احترام قوانين المرور

المستوى التعليمي	دون الجامعي								جامعي								عالي								المجموع	النسبة
السن	]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع		]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع		]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع			
الاحتمالات	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
طوعا عن طريق التوعية	9	27.27	8	28.57	6	20.58	23	25.55	31	59.61	14	50	7	63.63	52	57.14	3	60	6	60	9	64.28	18	62.06	93	44.28
كرها بفرض العقوبة على المخالفة	21	63.63	13	46.42	12	41.37	46	51.11	5	9.61	4	14.28	1	9.09	10	10.98	0	0	1	10	0	0	1	3.44	57	27.14
تعلم الأفراد والتزامهم بثقافة احترام قوانين المرور	3	9.09	7	25	11	37.93	21	23.33	16	30.76	10	35.71	3	27.27	29	31.86	2	40	3	30	5	35.71	10	34.48	60	28.57
المجموع	33	100	28	100	29	100	90	100	52	100	28	100	11	100	91	100	5	100	10	100	14	100	29	100	210	100

كا2 المحسوبة = 57.1   كا2 الجدولية = 26.29

درجة الحرية = 16   عند مستوى الدلالة: 0.05

جدول رقم 32: أسباب سوء السلوك المروري

المستوى التعليمي	دون الجامعي								جامعي								عالي								المجموع	النسبة
السن	]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع		]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع		]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع			
الاحتمالات	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
ضعف دور العلاقات العامة بالشرطة	2	6.06	1	0.12	2	6.89	5	5.55	15	28.84	3	10.71	2	20	20	22.22	1	33.33	2	28.57	3	30	6	35.29	31	15.5
نقص حملات التوعية المرورية	7	21.21	9	32.14	11	37.93	27	30	20	38.46	7	25	3	30	30	33.33	2	66.66	2	28.57	2	20	6	35.29	63	31.5
لا مبالاة الأفراد	24	72.72	18	64.28	16	55.17	58	64.44	17	32.69	18	64.28	5	50	40	44.44	0	0	3	42.85	5	50	5	29.41	106	53
المجموع	33	100	28	100	29	100	90	100	52	100	28	100	10	100	90	100	3	100	7	100	10	100	17	100	200	100

كا2 المحسوبة = 28.93 — **كا2 الجدولية = 26.29**

درجة الحرية = 16 — **عند مستوى الدلالة: 0.05**

جدول رقم 33: رأي الجمهور في دور العلاقات العامة بالشرطة في تحسين السلوك المروري

المستوى التعليمي	دون الجامعي								جامعي								عالي								المجموع	النسبة
السن	[29-20]		[39-30]		[49-40]		المجموع		[29-20]		[39-30]		[49-40]		المجموع		[29-20]		[39-30]		[49-40]		المجموع			
الاحتمالات	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
ضعيف	19	57.57	18	64.28	20	68.96	57	63.33	30	57.69	17	60.71	6	60	53	58.88	0	0	1	14.28	2	20	3	15	113	56.5
متواضع	10	30.30	8	28.57	9	31.03	27	30	18	34.61	6	21.42	2	20	26	28.88	1	33.33	3	42.85	3	30	7	35	60	30
فعال	4	12.12	2	7.14	0	0	6	6.66	4	7.69	5	17.85	2	20	11	12.22	2	66.66	3	42.85	5	50	10	50	27	13.5
المجموع	33	100	28	100	29	100	90	100	52	100	28	100	10	100	90	100	3	100	7	100	10	100	20	100	200	100

كا2 المحسوبة = 36.78

درجة الحرية = 16

كا2 الجدولية = 26.29

عند مستوى الدلالة: 0.05

جدول رقم 34: دور العلاقات العامة بالشرطة في تحسين الأمن المروري

المستوى التعليمي	دون الجامعي								جامعي								عالي								المجموع	النسبة
السن	]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع		]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع		]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع			
الاحتمالات	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
نعم	5	15.15	9	32.14	8	27.58	22	24.44	18	36.61	9	32.14	6	60	33	36.66	2	66.66	4	57.11	7	70	13	65	68	34
لا	28	84.84	19	67.85	21	72.41	68	75.55	34	65.38	19	67.85	4	40	57	63.33	1	33.33	3	42.85	3	30	7	35	132	66
المجموع	33	100	28	100	29	100	90	100	52	100	28	100	10	100	90	100	3	100	7	100	10	100	20	100	200	100

كا2 المحسوبة = 18.12   كا2 الجدولية = 15.50

درجة الحرية = 08   عند مستوى الدلالة: 0.05

جدول رقم 35:مؤشرات غياب دور العلاقات العامة بالشرطة في تحسين الأمن المروري حسب آراء الجمهور

المستوى التعليمي	دون الجامعي								جامعي								عالي								المجموع	النسبة
السن	[20-29]		[30-39]		[40-49]		المجموع		[20-29]		[30-39]		[40-49]		المجموع		[20-29]		[30-39]		[40-49]		المجموع			
الاحتمالات	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
حوادث المرور في ارتفاع مستمر	19	67.85	10	45.45	13	61.90	42	59.15	27	54	11	50	3	50	41	52.56	1	100	2	40	1	20	4	36.36	87	54.37
اختراق الأفراد لقوانين المرور	7	25	8	36.36	6	28.57	21	29.57	15	30	8	36.36	2	33.33	25	32.05	0	0	2	40	3	60	5	45.45	51	31.87
نقص الوعي المروري	2	7.14	4	18.18	2	9.52	8	11.26	8	16	3	13.63	1	16.66	12	15.38	0	0	1	20	1	20	2	18.18	22	13.75
المجموع	28	100	22	100	21	100	71	100	50	100	22	100	6	100	78	100	1	100	5	100	5	100	11	100	160	100

$كا^2$ المحسوبة = 7.64 $كا^2$ الجدولية= 26.29

درجة الحرية = 16 عند مستوى الدلالة: 0.05

جدول رقم 36: الاقتناع بالدور التوعوي للعلاقات العامة بالشرطة

المستوى التعليمي	دون الجامعي								جامعي								عالي								المجموع	النسبة
السن	[20-29]		[30-39]		[40-49]		المجموع		[20-29]		[30-39]		[40-49]		المجموع		[20-29]		[30-39]		[40-49]		المجموع			
الاحتمالات	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
الاقتناع بتجنب الإفراط في السرعة واستخدام حزام الأمن معا	0	0	2	7.14	4	13.79	6	6.66	31	59.61	16	57.14	4	40	51	56.66	2	66.66	5	71.42	6	60	13	65	70	35
عدم الاقتناع لا بتجنب الإفراط في السرعة ولا باستخدام حزام الأمن	24	72.72	14	50	10	34.48	48	53.33	2	3.84	1	3.57	1	10	4	4.44	0	0	0	0	0	0	0	0	52	26
الاقتناع بتجنب الإفراط في السرعة وعدم الاقتناع باستخدام حزام الأمن	3	9.09	4	14.28	6	20.68	13	14.44	5	9.61	3	10.71	2	20	10	11.11	0	0	0	0	1	10	1	5	24	12
الاقتناع باستخدام حزام الأمن وعدم الاقتناع بتجنب الإفراط في السرعة	6	18.18	8	28.57	9	31.03	23	25.55	14	26.92	8	28.57	3	30	25	27.77	1	33.33	2	28.57	3	30	6	30	54	27
المجموع	33	100	28	100	29	100	90	100	52	100	28	100	10	100	90	100	3	100	7	100	10	100	20	100	200	100

كا2 المحسوبة = 98.47 **كا2 الجدولية = 36.41** **درجة الحرية = 24** **عند مستوى الدلالة: 0.05**

جدول رقم 37: توقعات الجمهور لمستوى الأمن المروري في ظل دور العلاقات العامة بالشرطة في التخفيض من حوادث المرور

المستوى التعليمي	دون الجامعي								جامعي								عالي								المجموع	النسبة
السن	]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع		]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع		]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع			
الاحتمالات	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
التحسن	6	18.18	2	7.14	4	13.79	12	13.33	34	65.38	19	67.85	8	80	61	67.77	2	66.66	5	71.42	9	90	16	80	89	44.5
الثبات	9	27.27	12	42.85	19	65.51	40	44.44	14	26.92	6	21.42	2	20	22	24.44	1	33.33	2	28.57	1	10	4	20	66	33
التراجع	18	54.54	14	50	6	20.68	38	42.22	4	7.69	3	10.71	0	0	7	7.77	0	0	0	0	0	0	0	0	45	22.5
المجموع	33	100	28	100	29	100	90	100	52	100	28	100	10	100	90	100	3	100	7	100	10	100	20	100	200	100

كا2 المحسوبة = 89.81   كا2 الجدولية = 26.29

درجة الحرية = 16   عند مستوى الدلالة: 0.05

جدول رقم 38: اقتراحات الجمهور لتطوير دور العلاقات العامة بالشرطة في التخفيض من حوادث المرور

المستوى التعليمي	دون الجامعي								جامعي								عالي								المجموع	النسبة
السن	]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع		]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع		]29-20]		]39-30]		]49-40]		المجموع			
الاحتمالات	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
تكثيف النشاط الإعلامي لجهاز العلاقات العامة بالشرطة	14	42.42	10	30.30	10	34.48	34	35.78	36	49.31	18	51.42	4	40	58	49.15	4	50	5	50	8	50	17	50	109	44.12
تخصيص خرجات لجهاز العلاقات العامة بالمؤسسات التعليمية	9	27.27	9	27.27	5	17.24	23	24.21	12	16.43	3	8.57	1	10	16	13.55	1	12.5	2	20	3	18.75	6	17.64	45	18.21
احترام قوانين المرور	10	30.30	14	42.42	14	48.27	38	40	25	75.75	14	40	5	50	44	37.28	3	37.5	3	30	5	31.25	11	32.35	93	37.65
المجموع	33	100	33	100	29	100	95	100	73	100	35	100	10	100	118	100	8	100	10	100	16	100	34	100	247	100

كا^2 المحسوبة = 10.68 — كا^2 الجدولية = 26.29

درجة الحرية = 16 — عند مستوى الدلالة: 0.05

يتضح من خلال الجدول (1) أعلاه المتعلق بأعمار عينة الدراسة ومستوياتهم التعليمية، بداية بالسن كمتغير أساسي يؤدي و في كافة العمليات الاجتماعية دورا جد هام، لذا يجب التركيز عليه في الدراسات التي تهتم بهذه العمليات ، و الإعلام كعملية اجتماعية يندرج أيضا ضمن هذه المقولة.

يتضح إذن و دائما فيما يخص متغير السن أن أعمار عينة الدراسة تتراوح بين (20 – 49) سنة كما أن أكثر سائقي العينة أعمارهم تتراوح بين [20 - 29 [سنة وهذا بنسبة (44 %) لتليها الفئة العمرية [30 - 39 [سنة و ذلك بنسبة (31,5 %) يليها بدرجة أقل الفئة العمرية [40 - 49 [سنة بنسبة (24,5 %) ، بينما انعدمت تماما نسبة الفئة العمرية [50 سنة فأكثر في عينة دراستنا.

غير أن هذا الترتيب للفئات العمرية لعينة الدراسة يختلف من فئة لأخرى حسب المستوى التعليمي هذا المتغير المهم كذلك باعتباره يمثل أحد خصائص الفرد المحددة لاتجاهاته و تطلعاته و مكانته الاجتماعية، و بالتالي يتدخل إلى حد كبير في تصرفات الفرد إزاء تفاعلاته التي تحكمه في حياته.[1]

فالمستوى التعليمي و معدلات انتشار الأمية لها انعكاس كبير على سلوكيات الأفراد و قناعاتهم بضرورة التزامهم بالقوانين و نظم تعليمات المرور، مما يؤدي إلى حفظ الممتلكات العامة و تكريس الرقابة عليها، و كذا احترام حقوق الآخرين ، و حفظ الأمن العام.[2]

و منه نجد أن الفئة العمرية [20 - 29 [ذات المستوى التعليمي الجامعي قد حققت أعلى نسبة قدرت ب (57.77 %) تليها ذات المستوى الأدنى من الجامعي بنسبة (36,66 %) بينما لم تشكل الفئة ذات المستوى التعليمي العالي فقط (15 %) .

أما عن الفئة العمرية [30 - 39 [فإن المستويات التعليمية فيها تتقارب من حيث النسب إذ تأخذ الفئة ذات المستوى التعليمي العالي أعلى نسبة قدرت ب (35 %) بينما تساوت تماما الفئتين ذات المستويين الجامعي ودون الجامعي لتقدر ب (31,11 %) .

إلا أن الفئة العمرية [40 - 49 [قد حظيت بأعلى نسبة من حيث المبحوثين الذين يتمتعون بمستوى تعليمي عالي حيث قدرت هته الأخيرة ب (50 %) تليها الفئة ذات

---

[1] جبارة عطية جبارة: الإعلام و العلاقات الإنسانية ، منشورات جامعة قار يونس، دط، ليبيا، 1981، ص 188.

[2] سعد الدين عشماوي: إدارة المرور، ط1،مركز الدراسات و البحوث، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، السعودية، 2006، ص 20.

المستوى التعليمي الأدنى من الجامعي بنسبة قدرها(32,22 %) لتمثل الفئة ذات المستوى الجامعي أقل نسبة (11,11 %) فحسب .

يمكن تفسير الانعدام التام لنسبة الفئة العمرية [50 سنة فأكثر في عينة دراستنا إلى أن الكبار في السن أو بعبارة أخرى كلما تقدم الأفراد في السن فإن قدراتهم الصحية لن تسمح لهم بالسياقة المثلى لذلك فإن انحصار أعمار عينة الدراسة بين (20 - 49) سنة يكون أمرا عاديا مرده إلى طبيعة عينة الدراسة المتكونة من السائقين علما بأن السن القانونية للحصول على رخصة السياقة هي 20 سنة بعد التعديل الجديد للقانون رقم 14/01 الذي رفع هذه السن القانونية بعد أن كانت 18 سنة.

أما عن متغير الجنس في دراستنا فقد تبين بعد توزيع وجمع الاستمارات أن أفراد العينة كلهم من الذكور ، وتفسير ذلك هو أن ظاهرة المرأة السائقة لا تزال محتشمة في مجتمعنا ويمكن تفسيره من جهة أخرى أيضا إلى نوع عينة الدراسة باعتبارها عينة حصصية فقد قسمت فيها الحظوظ بالتساوي بين السائقين المقيمين داخل المدينة والمقيمين خارجها ،حيث تقل ظاهرة المرأة السائقة عن الرجل في المدينة ناهيك عنها خارج المدينة.

يتضح من خلال الجدول (2) أعلاه والمتعلق بمدى معرفة المبحوثين لمهمة الشرطة أن غالبية الأفراد يعرفون المهمة الرئيسة للشرطة المتمثلة في حفظ الأمن وذلك ما وضحته نسبة (62,54 %) بينما أرجعت نسبة (31,87 %) مهمة الشرطة إلى مساعدة الأفراد ، أما النسبة الأقل(5,78 %) فقد مثلتها الفئة التي لا تعلم ما مهمة الشرطة أو تنكر أن للشرطة مهمة تؤديها من الأساس .

وقد اختلفت هذه النسب من مستوى تعليمي لآخر ومن فئة عمرية لأخرى بين الفئات العمرية الثلاث لعينة دراستنا إذ نجد أن أعلى نسبة (71,42 %) كانت من نصيب الفئة ذات المستوى التعليمي العالي أفادت بأن مهمة الشرطة تتمثل في حفظ الأمن لتأخذ النسبة في الانخفاض تدريجيا بالموازاة مع انخفاض المستوى التعليمي ، حيث أرجعت نسبة (63,49%) من الجامعيين مهمة الشرطة إلى حفظ الأمن أما أقل نسبة فمثلتها الفئة ذات المستوى التعليمي دون الجامعي وقدرت ب : (58,76 %) .

أما نسبة أولئك الذين قالوا بأن مهمة الشرطة تتمثل في مساعدة الأفراد فقد قدرت ب : بأعلى نسبة (33,33 %) عند الجامعيين، تليها نسبة (30,92 %) عند الفئة ذات المستوى التعليمي الأدنى من الجامعي،وبنسبة أقل (28,57 %) عند ذوي المستوى التعليمي العالي ، إلا أن النسبة قد انعدمت (0 %) عند هؤلاء فيما يخص عدم ممارسة الشرطة لأي مهمة، بينما مثلث نسبة جد قليلة عن الجامعيين قدرت ب (3,17 %) لتأخذ النسبة في الارتفاع نوعا ما لدى من هم دون المستوى الجامعي حيث قدرت ب (10,30 %) .

نستنتج من خلال قراءتنا للنسب في الجدول أعلاه انه كلما ارتفع المستوى التعليمي كلما كان الأفراد أكثر وعيا بالعمل الشرطي وبالمهام التي تؤديها الشرطة في سبيل حفظ الأمن واستتبابه بينما إذا ما كان المستوى التعليمي منخفضا سيفتقد الأفراد للمعلومات الكاملة عن ممارسة العمل الشرطي و عن حيثياته، وبالتالي عدم تفهم الرسالة الشرطية .

رغم تباين نسب معرفة المهمة الرئيسية للشرطة بين الفئات العمرية و التعليمية لعينة الدراسة إلا أن نتائج النسب المئوية في العموم قد أثبتت أن الأفراد أغلبهم على علم بمهمة الشرطة في الجزائر، ذلك ما توافقه الدراسة التي أجريت بمصر في الستينات من طرف النقيب : **" فاروق محمد الجيزاوي "** و الموسومة بعنوان: **" العلاقات العامة بين الشرطة والشعب"**[1] حول مدى علم الأفراد بالمهمة التي تؤديها الشرطة،

---

[1] فاروق محمد الجيزاوي : العلاقات العامة بين الشرطة والشعب ، دراسة سابقة .

حيث توصل الباحث إلى أن غالبية الأفراد يعرفون ما هي مهمة الشرطة و ذلك بنسبة (81%) بينما مثلت نسبة من يجهلون مهمة الشرطة نسبة (19%) فقط ، الأمر الذي يوافق تماما ما توصلت إليه نتائج دراستنا.

وبتطبيق **كا2** لمعرفة مدى وجود فروق بين الفئات العمرية و التعليمية لعينة الدراسة على أرقام الجدول أعلاه وجدنا أن **كا2** المحسوبة تساوي **37.31** وهي أكبر من**كا2** الجدولية **26.29** تحت درجة حرية (16) عند مستوى الدلالة **0.05** نجد أن هناك فروق جوهرية بين فئات العينة حول معرفتهم لحقيقة مهمة الشرطة.

يتضح من خلال الجدول (3) أعلاه والمتعلق بدرجة تعاون الأفراد مع الشرطة أن النسب الثلاث لدرجات التعاون مع رجل الشرطة متقاربة حيث تقدر نسبة أولئك الذين يتعاونون أحيانا مع رجل الشرطة ب : (34,5 %) تليها مباشرة نسبة (34 %) ممن يتعاونون دائما مع رجل الشرطة لتمثل نسبة (31,5 %) من لا يتعاونون أبدا مع رجل الشرطة.

وقد اختلفت هذه النسب باختلاف المستوى التعليمي والسن بين المبحوثين ، حيث مثلت أعلى نسبة تعاون مع رجل الشرطة فئة المستوى التعليمي العالي وقدرت ب (95 %) فيما يخص الإجابة ب: " دائما " ، أما الإجابة ب: " أحيانا " عند هذا المستوى التعليمي فقد سجلت نسبة (5 %) بينما انعدمت (0 %) فيما يخص الإجابة " أبدا ".

وبدرجة أقل فقد لاحظنا انخفاض نسبة التعاون الدائم لدى الفئة ذات المستوى التعليمي الجامعي بنسبة : (45,55 %) بينما مثل التعاون بين الحين والآخر (38,88 %) أما النسبة التي تخص الإجابة "أبدا" فقد حضرت عند هذه الفئة و بلغت (15,55 %) وإن كانت أقل بكثير مما هي عليه عند الفئة ذات المستوى التعليمي دون الجامعي إذ بلغت نسبة من لا يتعاونون أبدا مع الشرطة (54,44 %) وهي نسبة معتبرة كونها مثلت نصف النسبة المئوية لدرجات التعاون مع الشرطة ليتوزع نصفها الآخر على درجتي التعاون أحيانا بنسبة (36,66 %) وبنسبة أقل بلغت فقط (8,88 %) لدرجة التعاون الدائم مع رجل الشرطة .

الأمر الملاحظ من خلال القراءة الكمية لبيانات الجدول أن الفئة ذات المستوى التعليمي العالي هي الأكثر تعاونا مع رجل الشرطة تليها فئة الجامعيين فالفئة ذات المستوى الأدنى من الجامعي في الأخير ويمكن أن نرجع أسباب ذلك إلى أن أصحاب المستوى التعليمي العالي هم الأكثر علما بحيثيات العمل الشرطي وأهدافه النبيلة حسب ما وضحته سابقا النتائج الإحصائية للجدول (2) وبالتالي هم أكثر تقديرا لجهوده واحترامه ومنه فان التعاون مع رجل الشرطة، كونهم يعون تماما أن جهود الشرطة ترمي في مجملها إلى حفظ أمن المواطن وخدمته بالدرجة الأولى أما أصحاب المستوى التعليمي الأدنى فغالبا ما يجهلون حقيقة العمل الشرطي إذ يبنون معلوماتهم عن الشرطة على المشاهدة العابرة وما يتبعها من ظروف مختلفة وبالتالي يسيئون فهم الشرطي.

فلا نستبعد أن هؤلاء لا يتعاونون مع رجل الشرطة باعتبار أن الرأي العام لن يتعاون مع جهد لا يعلم عنه شيئا، فالجمهور العادي – على سبيل المثال – يرى شرطيا يقود مواطنا مقيد اليدين إلى المخفر أو يرى مطاردة حامية بين رجال المباحث و المواطن أو شرطي مرور يسحب رخصة سياقه مخالف أو يحجز مركبته، فسيستنكر و يستاء مما رأى، ذلك لان الجمهور العادي ذا المستوى التعليمي البسيط في أعماق نفسه لا يرى في هذا الرجل المقيد اليدين أو المطارد سوى صورة المواطن البريء المظلوم،

و انه من الممكن أن يكون هو نفسه مكان هذا المواطن يوما ما، لذلك يجد نفسه متعاطفا مع المواطن الضعيف، ضد الشرطة القوية.

لكن لو تم إحاطة هذا الفرد علما بمدى خطورة ذلك المجرم و ضرره على أمن المجتمع و أمن الفرد ذاته، ، و لو كان يعلم فعلا حقيقة العمل الشرطي أو لو تم إحاطته علما بالجهود الصادقة للشرطة و هذا ما يقع على عاتق العلاقات العامة في الشرطة لاتخذ هذا الفرد موقفا ايجابيا في الإسراع و المبادرة بمساعدة الشرطة .

ينطبق ذلك تماما على ما أفاد به ضابط بوحدة المرور بأمن ولاية سطيف في حوار لنا معه حول شروع التطبيق الفعلي لقانون المرور الجديد بمناسبة تنظيم الأسبوع الإعلامي للوقاية من حوادث المرور بدار الثقافة " هواري بومدين" خلال الفترة الممتدة من 24 إلى غاية 30 أفريل بسطيف، حيث أفاد الضابط بأن وحدة المرور بأمن ولاية سطيف قد استغرقت مدة بلغت الشهرين في توعية السائقين و كذا الراجلين بفحوى القانون الجديد قبل الشروع الرسمي لتنفيذ بنوده، ليختم قوله بأن النخبة المثقفة في العموم هي الأكثر تقبلا للنصائح و الإرشادات بليونة حيث تبدي تعاونا أكبر على العكس من ذلك أولئك الذين ينتمون للفئة ذات المستوى التعليمي الأدنى فلا تتقبل الإرشادات بسلاسة إضافة إلى ذلك فان فئة الشباب ذات المستوى التعليمي المنخفض وبالأخص فئة المراهقين منهم فكثيرا ما يبدون استيائهم من رجل الشرطة ويعرضون عن مشاركته في إحلال الأمن والسكينة [1] .

يتضح إذن من خلال القراءة الكمية لنتائج الجدول أعلاه الخاصة بالفئة ذات المستوى التعليمي دون الجامعي أن الفئة العمرية [20 - 29 [قد كانت النسبة فيها منعدمة (0 %) فيما يخص الإجابة ب : دائما حول التعاون ، أي أن الشاب الجزائري لا يتعاون مطلقا مع رجل الشرطة الأمر الذي ينطبق فعلا مع ما أفادتنا به وحدة المرور حول موقف هذه الفئة العمرية من رجل الشرطة رغم عديد المهام التي تؤديها هذه الوحدة لضمان الأمن المروري من ضمان السيولة وتسهيل مرور الراجلين وتوجيههم وإرشادهم وكذا التمركز في النقاط السوداء التي تعرف أعلى نسب حوادث المرور إضافة إلى إجبار السواق على احترام القانون والتنظيم المعمول بها وكذا توعيتهم.[2]

غير أنه و للأسف تبقى فئة الشباب ذات المستوى التعليمي المنخفض ذات سلوك عدائي إزاء رجل الشرطة ، إذ يمكن تفسير هذا السلوك العدائي و الإحجام عن التعاون مع الشرطة إلى رغبة الفرد للتمتع بالحرية المطلقة في هذا السن خاصة إذا ما اقترن

---

[1] الأسبوع الإعلامي للوقاية من حوادث المرور، مرجع سابق.

[2] وحدة المرور بأمن ولاية سطيف.

السن بمستوى ثقافي بسيط، أما ما يحد أو يقلل من حريته تلك فانه يمثل عائقا يجب الوقوف في وجهه من أجل تحقيق أقصى قدر من الحرية .

مما سبق يتضح مدى أهمية وجود علاقات طيبة بين الأفراد والشرطة فالأفراد لا يمكن أن يشعروا بالطمأنينة أو الهدوء ما لم يحميهم رجل الشرطة كما أن المجتمع لا يمكن أن يستقر ما لم تنفذ فيه القوانين ويسوده النظام كذلك لا يمكن للشرطة أن تؤدي دورها في المجتمع دون تعاون الأفراد معها واستجابتهم لتوجيهاتها.[1]

باعتبار أن وجود علاقات طيبة بين الجانبين تساعد على تقوية التفاعل بينهما فكما من شأنها تسهيل عمل الشرطي في أداء مهامه بفاعلية فإنها تساهم في خلق جو يسهل فيه تقبل الأفراد لنصائح الشرطة ويساعد إلى حد كبير في تفهم الأفراد للرسالة الأمنية وبالتالي نجاح هذه الرسالة الإعلامية الأمنية .

وبتطبيق **كا2** لمعرفة مدى وجود فروق بين الفئات العمرية و التعليمية لعينة الدراسة على أرقام الجدول أعلاه وجدنا أن **كا2** المحسوبة تساوي **99.49** وهي أكبر من**كا2** الجدولية **26.29** تحت درجة حرية (16) عند مستوى الدلالة **0.05** نجد أن هناك فروق جوهرية بين فئات العينة فيما يخص درجات التعاون مع الشرطة.

[1] فاروق محمد الجيزاوي: العلاقات العامة بين الشرطة و الشعب، مرجع سابق، ص 209.

يتضح من خلال الجدول (4) أعلاه والمتعلق بأسباب التعاون مع رجل الشرطة أن أعلى نسبة (57,81 %) مثلها المبحوثون الذين يتعاونون مع رجل الشرطة بسبب أن هذا الأخير يسعى لحفظ الأمن العام ، و أقل (17,96 %) مثلها من يتعاونون مع رجل الشرطة بسبب حسن معاملته لهم أما النسبة المتوسطة بين النسب الثلاث لأسباب تعاون الأفراد مع الشرطة فقدرت ب (24,21 %) مثلها من يتعاونون مع رجل الشرطة بسبب خدمته للأفراد.

ومنه فقد حقق سبب التعاون مع رجل الشرطة نظرا لسعي هذا الأخير لحفظ الأمن العام أعلى النسب من بين أسباب التعاون الأخرى وذلك بالنسبة للمستويات التعليمية الثلاث فقد بلغت النسبة عند ذوي المستوى العالي (46,29 %) ولدى الجامعيين (64,70 %) أما عند ذوي المستوى الأدنى من الجامعي فقد بلغت (69,56 %) يليه بنسب أقل سبب التعاون مع الشرطي نظرا لأنه يخدم الأفراد حيث بلغ لدى الفئة ذات المستوى التعليمي الأدنى من الجامعي نسبة قدرها (30,43 %) ولدى الجامعيين قدرت النسبة ب : (23,52 %) وبنسبة لا تختلف كثيرا بلغت (22,22 %) لدى ذوي المستوى التعليمي العالي .

ليأتي السبب الذي حاز على أقل نسبة وهو التعاون مع الشرطي نظرا لأنه حسن المعاملة حيث حقق هذا السبب نسبة قدرها (31,48 %) للمستوى التعليمي العالي،وبنسبة أقل (11,76 %) لدى الجامعيين ، أما من هم دون المستوى الجامعي فقد غاب هذا السبب تماما بالنسبة لهذه الفئة فكانت النسبة منعدمة (0 %) لديهم .

من خلال قراءتنا الإحصائية لنتائج الجدول لاحظنا بأنه من بين الأسباب الثلاث لتعاون الأفراد مع الشرطة فإن السبب المتمثل في سعي الشرطي لحفظ الأمن العام قد حاز على نصف النسبة المئوية كاملها أو فاتها ببعض الدرجات ليليه السبب الثاني المتعلق بخدمة الشرطي للأفراد وأخيرا تعاون الأفراد مع الشرطي بسبب حسن معاملة رجل الشرطة لأفراد .

يمكن إرجاع سبب ترتب النسب المئوية للأسباب على هذا النحو إلى أن الأفراد أغلبهم على علم بأن مهمة الشرطة تتمثل في حفظ الأمن كما سبق ووضحه الجدول رقم (2) لذلك فإن الأفراد يسعون لمد يد العون للشرطي حتى يتسنى لهذا الأخير حفظ الأمن العام وأداء المهمة الموكلة إليه أما خدمة الشرطي للأفراد فقد جاء كسبب ثاني من أسباب التعاون مع الشرطي حيث كان أقل حضورا من السبب الأول ذلك لأن الأفراد أقل قناعة بأن الشرطي يخدم الأفراد من كونه يسعى لحفظ الأمن العام باعتبار أن المواطن الجزائري يغلب على ظنه الاعتقاد بأن الشرطي يسعى فقط لحفظ الأمن نظرا لأنه يمثل التجسيد الفعلي للسلطة التي يظهر الجانب الردعي لها جليا في العمل

الشرطي، بينما ينسى في الكثير من الأحيان أن الشرطي صديق المواطن الذي يسدي له خدمات تحسيسية، توجيهية فيغفل بذلك عن الكثير مما تؤديه الشرطة من خدمات .

أما عن تعاون الأفراد مع رجل الشرطة بسبب التعامل الحسن والطيب لهذا الأخير مع الأفراد فموقعه كسبب أخير من بين الأسباب الثلاث المذكورة للتعاون وكذا النسبة القليلة التي حققها (17,96%) فقط فهذا إن دل على شيء فإنما يدل على أن قناعة الأفراد بضرورة التعاون مع الشرطي نظرا لتعامله الطيب معهم هي قناعة جد بسيطة لن ترقى لحثهم على فعل الشيء الكثير من أجل مساعدة الشرطة خاصة بالنسبة لمن هم دون المستوى الجامعي باعتبار أنهم غير مقتنعين البتة بطريقة تعامل الشرطي مما يؤدي إلى اتساع الهوة بين الطرفين فيعرقل مهمة الشرطي من جهة ويزعزع ثقة الأفراد من جهة ثانية في مدى كفاءة وأمانة رجل الشرطة باعتبار أن عنصر التعامل بين الطرفين على قدر كبير من الأهمية في إيجاد علاقات طيبة من عدمها كما سيوضحه الجدول الموالي .

وبتطبيق **كا2** لمعرفة مدى وجود فروق بين الفئات العمرية و التعليمية لعينة الدراسة على أرقام الجدول أعلاه وجدنا أن **كا2** المحسوبة تساوي **21.42** وهي أصغر من**كا2** الجدولية **26.29** تحت درجة حرية (16) عند مستوى الدلالة **0.05** نجد أنه لا توجد هناك فروق جوهرية بين فئات العينة فيما يخص أسباب التعاون مع الشرطة.

يتضح من خلال الجدول (5) أعلاه والمتعلق بأسباب عدم تعاون الأفراد مع رجل الشرطة أن السبب الأكبر لإعراض الأفراد عن التعاون مع الشرطة هو سوء الأداء بالنسبة لرجال الشرطة حيث بلغت نسبة هذا السبب (42,35 %) لدى المبحوثين يليه بنسبة أقل (30,58 %) تعود لسبب تعسف رجل الشرطة في استعمال السلطة، أما عن جفاء المعاملة كآخر أسباب عدم التعاون مع الشرطة فقد حقق أقل نسبة بلغت (27,05 %) .

وقد اختلفت نسب هذه الأسباب من مستوى تعليمي لآخر ومن فئة عمرية لأخرى حيث انعدمت النسب تماما لدى الفئة ذات المستوى التعليمي العالي (0 %) بالنسبة للأسباب الثلاث لعدم التعاون مع رجل الشرطة ، أما بالنسبة للجامعيين فقد حقق سوء الأداء في العمل الشرطي أعلى النسب بنسبة بلغت
(53,84 %) يليه التعسف في استعمال السلطة بنسبة قدرها (34,61 %) وبنسبة اقل جفاء المعاملة حيث بلغت (11,53 %) وقد حقق أيضا سوء الأداء أعلى نسبة كذلك لدى من هم أدنى من المستوى الجامعي حيث بلغت نسبته (37,28 %) يليه جفاء المعاملة بنسبة (33,89 %) وأخيرا التعسف في استعمال السلطة بنسبة (28,81 %) .

ذلك عن اختلاف النسب حسب المستوى التعليمي للمبحوثين أما عن الفئات العمرية فإن النسب أيضا تفاوتت من فئة لأخرى حيث بلغت نسبة عدم التعاون مع رجل الشرطة بسبب جفاء المعاملة بالنسبة للفئة العمرية [20 - 29 [ذات المستوى التعليمي الأدنى من الجامعي (53,57 %) ولنفس الفئة العمرية ذات المستوى الجامعي (13,33 %) ، أما لدى الفئة العمرية (30 - 39) فقد بلغت (20 %) لدى من هم دون المستوى الجامعي وبلغت لدى نفس الفئة العمرية ذات المستوى التعليمي الجامعي (12,5 %) ،أما عن الفئة العمرية [40 - 49[لذوي المستوى التعليمي الأدنى من الجامعي فقد بلغت (12,5 %) بينما انعدمت تماما (0 %) لدى نفس الفئة العمرية ذات المستوى التعليمي الجامعي .

أما عن النسب سوء الأداء كسب للإعراض عن التعاون مع رجل الشرطة فقد بلغ (35,71 %) لدى الفئة العمرية [20 - 29 [ذات المستوى التعليمي الأدنى من الجامعي غير أنها ارتفعت لدى الجامعيين بنسبة (66,66 %) ذات الفئة العمرية ذاتها .

بينما مثلت النسبة (26,66 %) للفئة العمرية [30 - 39 [ممن هم دون المستوى الجامعي و (25 %) للجامعيين ، أما فيما يخص من هم دون المستوى الجامعي ذوي الفئة العمرية [40 - 49[فإن سوء الأداء قد سجل أعلى النسب مقارنة

بالفئات العمرية الأخرى من نفس المستوى التعليمي حيث بلغت النسبة (50 %) وقدرت بنسبة أكبر لدى نفس الفئة العمرية من الجامعيين حيث بلغت (66,66 %).

أما بالنسبة للتعسف في استعمال السلطة فقد سجلت الفئة العمرية [30 - 39 [ذات المستوى التعليمي الأدنى أعلى نسبة بالنسبة لهذا المستوى حيث بلغت (53,33 %) تليها الفئة العمرية [40 - 49 [بنسبة (37,5 %) وأخيرا الفئة [20 - 29 [بنسبة (10,71 %) كما سجلت الفئة العمرية [30 - 39 [هي الأخرى لدى الجامعيين أعلى النسب فيما يخص التعسف في استعمال السلطة كسبب لعدم التعاون مع الشرطة وذلك بنسبة (62,5 %) تليها نسبة (33,33 %) بالنسبة للفئة العمرية [40 - 49 [وأخيرا دوما الفئة [20-29 [بنسبة (20 %) .

نلاحظ من خلال الجدول أن سوء الأداء في العمل الشرطي يمثل السبب الأقوى حسب المبحوثين وراء إعراض الأفراد عن التعاون مع رجل الشرطة إذ يمكن أن نرجع ذلك إلى النظرة السلبية التي يحملها الأفراد عن الشرطة، والأحكام المسبقة عن كفاءة العمل الشرطي حيث يمكن أن ندعم تفسيرنا بغياب النسبة أو انعدامها لدى الفئة ذات المستوى التعليمي العالي ذلك لأن هذا المستوى كاف لتصحيح النظرة السلبية السائدة عن رجل الشرطة لدى الأفراد والتي كانت وليدة جملة من العوامل التاريخية والنفسية والاجتماعية وحتى العوامل الإعلامية.

يمكن الإشارة في هذا الصدد إلى ما تقوم به وسائل الإعلام من تغطية غير شاملة لما تبذله الشرطة من مجهودات في سبيل ضمان أمن وسلامة المواطن حيث يقوم الإعلام أحيانا بعرض وقائع غير صحيحة نظرا لعدم تحري رجال الصحافة للدقة ، أو نظرا لانحيازه أو المبالغة في عرض الأحداث أو السخرية أو الاستهزاء كتصوير الشرطة على أنها آخر من يصل بعد فوات الأوان في مسرح جريمة مثلا مما يؤدي إلى خلق جو غير صحي بين الشرطة والمواطن الأمر الذي من شأنه أن يرسخ قناعة سوء الأداء في العمل الشرطي أو التشكيك في كفاءته مع مرور الوقت [1].
اذ أن من التزامات الشرطة نحو الشعب هو عدم السماح بظهور رجل الشرطة على شاشة السينما أو على المسرح في أدوار هزلية تقلل من هيبته في نظر الجمهور كالأدوار التي يظهر فيها رجل الشرطة في دور الجاهل أو المتعسف أو المستهتر لما في ذلك من أثره البعيد على الأفراد و علاقاتهم بالشرطة [2].

---

[1] عبد المجيد كاره، مرجع سابق، ص 147.

[2] فاروق محمد الجيزاوي: العلاقات العامة بين الشرطة و الشعب، مرجع سابق، ص 214.

ليأتي التعسف في استعمال السلطة كسبب ثان من أسباب الإعراض عن التعاون مع الشرطة ويرجع ذلك بطبيعة الحال كما سبقت الإشارة إلى إشكالية العلاقة بين الشرطي والمواطن بالجزائر ذلك لأن بعض الأفراد لا يرون الشرطي على انه حافظ أمنهم ومالهم وأعراضهم بل على أنه تلك العصا الغليظة للقانون، الأمر الذي ينفر الكثيرين من التعاون معه بل ويزيدهم إصرارا وعنادا مما يؤدي إلى إرهاق رجل الشرطة فيلجأ هذا الأخير أحيانا مرغما على استعمال القوة إزاء بعض الأفراد من الخارجين عن القانون أنه يحلو لهم إظهار العداء و عدم الاحترام لرجل الشرطة فيضطر لاتخاذ مواقف العنف أحيانا للحد من السلوكيات السلبية للأفراد الظاهرة في اختراقهم للقوانين مما يزيد من توتر العلاقة بين الطرفين.

أما عن جفاء المعاملة فقد جاء كآخر أسباب الإعراض عن التعاون مع رجل الشرطة وهو أيضا سبب لا يمكن التقليل من شأنه لأن من شأنه أن يجعل الأفراد ينفرون من التعاون مع رجل الشرطة نتيجة جفاء المعاملة التي يلقونها من بعض رجال الشرطة،غير أنه و في حقيقة الأمر فان الصورة الذهنية السيئة و المنظار العاتم الذي يرتديه الأفراد هو من يجعلهم يرونه على ذلك النحو فبدلا من أن يروا خدماته يرون هفواته، و بدلا من أن يروا طيبته يرون جفاءه.

ذلك ما تثبته نتائج الدراسة المذكورة سابقا للنقيب **"محمد فاروق الجيزاوي"** بعنوان: **"العلاقات العامة بين الشرطة و الشعب"** ،حيث توصل إلى أن الأفراد لا يتعاونون مع الشرطة بنسبة (58%) ليمثل سبب جفاء المعاملة نسبة (51%) أحد أسباب إعراض الأفراد عن التعاون مع الشرطة نظرا لجفاء المعاملة التي يلقونها من بعض رجال الشرطة[1] .

أما فيما يخص تباين النسب بين الفئات العمرية فما نلاحظه هو أنه كلما ارتفع السن كلما قلت معه شكوى الأفراد من جفاء معاملة الشرطي ، كما سبق ووضحته الفئة العمرية [40-49] و انعدام نسبة عدم التعاون مع الشرطة بسب جفاء معاملة الشرطي لدى المستوى الجامعي و تسجيلها لنسبة جد ضئيلة (12.5%) لدى نفس الفئة العمرية ذات المستوى التعليمي الأدنى من الجامعي، بينما سجلت الفئة العمرية [20-29] في مثل هذا المستوى التعليمي أكثر من نصف النسبة المئوية بالنسبة لعدم التعاون بسبب جفاء المعاملة .

يمكن أن نفسر هذا الاختلاف الشديد بين الفئتين العمريتين بأن فئة الشباب هم الأكثر تصادما مع الشرطة ذلك لأن الشباب يلقون أكبر قدر من الردع و العقاب بطبيعة

---

[1] فاروق محمد الجيزاوي: العلاقات العامة بين الشرطة و الشعب، دراسة سابقة.

الحال نتيجة إسرافهم في عدم احترام القوانين و قله اكتراثهم لأهميتها مما يوقعهم بسهولة في دائرة الردع و الزجر و ما يعقبه من عقاب، فينتج من خلال هذه النظرة الواقعية على طبيعة العلاقة بين الشرطي و الشاب الجزائري إحجام هذا الأخير عن التعاون مع الشرطي بسبب ما يلقاه من معاملة جافة فرضها في الأول و في الأخير نوع سلوكه الأمني .

وبتطبيق **كا2** لمعرفة مدى وجود فروق بين الفئات العمرية و التعليمية لعينة الدراسة على أرقام الجدول أعلاه وجدنا أن **كا2** المحسوبة تساوي **25.31** وهي أصغر من**كا2** الجدولية **26.29** تحت درجة حرية (16) عند مستوى الدلالة **0.05** نجد أنه لا توجد هناك فروق جوهرية بين فئات العينة فيما يخص أسباب عدم التعاون مع الشرطة.

يتضح من خلال الجدول (6) أعلاه والمتعلق بدرجة تردد الأفراد على أقسام الشرطة أن الأفراد يترددون على أقسام الشرطة أحيانا وذلك بنسبة (47,5 %) كأعلى نسبة تليها بدرجة متقاربة الإجابة عن "أبدا" وذلك بنسبة (44 %) وبنسبة أخيرة (8,5 %) درجة التردد الدائم على أقسام الشرطة.

كما اختلفت درجات التردد على أقسام الشرطة بين المستويات التعليمية الثلاث ، حيث بلغت درجة التردد الدائم نسبة (25 %) كأعلى نسبة للمستوى التعليمي العالي وبدرجة أقل(13,33 %) لدى الجامعيين بينما انعدمت تماما (0 %) درجة التردد الدائم على أقسام الشرطة بالنسبة لمن هم دون المستوى الجامعي على اختلاف فئاتهم العمرية .

أما عن نسبة درجة التردد "أحيانا" فقد شهدت هي الأخرى أعلى نسبة دوما لدى ذوي المستوى العالي وذلك بنسبة قدرت ب : (65 %) تليها نسبة (50 %) لدى من هم دون المستوى الجامعي وبنسبة أخيرة (41,11 %) بالنسبة للجامعيين كما سجلت درجة عدم التردد بالمرة على أقسام الشرطة النسبة نفسها(50 %) التي سجلتها درجة التردد "أحيانا " بالنسبة لمن هم دون المستوى الجامعي ، أما بالنسبة للجامعيين فقد بلغت درجة عدم التردد على أقسام الشرطة نسبة (45,55 %) وبنسبة أخيرة وأقل(10 %) لدى الفئة ذات المستوى التعليمي العالي .

من خلال ملاحظتنا لنتائج الجدول و بما أن التردد الدائم على أقسام الشرطة قد سجل نسبة ضئيلة جدا، و التردد بين الفينة و الأخرى قد سجل النسبة المتوسطة، بينما سجل عدم التردد بالمرة النسبة الأكبر،نستنتج أن عدم التردد على أقسام الشرطة أكبر من درجة التردد فنحكم بذلك على أن غالبية الأفراد ليس لديهم معلومات كاملة عما يدور في الشرطة عن حقيقة العمل الشرطي ، لذا فهم يبنون معلوماتهم عن الشرطة على المشاهدة العابرة وما يتبعها من ظروف مختلفة الأمر الذي يجعل الكثيرين يجهلون مغزى العمل الشرطي وأهدافه.

يمكن تفسير ذلك بعدم وجود فضول كافي و ثقافة أمنية تدعو الأفراد للتعرف عن كثب على ظروف العمل الشرطي هذا من جهة، أما من جهة ثانية فان مستوى العمل الشرطي بالجزائر متواضع إلى حد ما إذا ما قورن بدول الخليج العربي و بشرطة دبي و التطور المستمر الذي شهدته القيادة العامة لشرطة دبي خلال السنوات الماضية تطورت العلاقات العامة فيها وأصبحت تشكل حلقة الوصل بين شرطة دبي و الجمهور إذ أن هذا التطور من شأنه أن يجذب الجمهور بينما تواضع العلاقات العامة بالشرطة في بلادنا و ظروف العمل الشرطي عموما بأقسام الشرطة لا يرقى لحث الجمهور على التردد على أقسام الشرطة .

كما نلاحظ أن الفئة ذات المستوى التعليمي العالي هي الفئة الأكثر ترددا على أقسام الشرطة بأعلى درجة مقارنة بالمستويات الأخرى بينما ذات المستوى الأدنى من الجامعي فإن درجة ترددها الدائم منعدمة تماما قد يرجع ذلك إلى أن المستوى التعليمي للأفراد كلما كان مرتفعا بعث في نفس أصحابه فضولا أكبر ورغبة أقوى في التعرف على حقيقة العمل الشرطي أو على حقائق الأمور بصفة شاملة بينما يكتفي أصحاب المستوى المنخفض بمجرد الملاحظة العابرة فلا يقفون غالبا على معرفة حقائق الأمور .

هذا ما توضحه أعلى الدرجات التي حققتها هذه الفئة ذات المستوى التعليمي المنخفض من حيث عدم التردد على أقسام الشرطة (50 %) على العكس من ذلك كأقل النسب (10 %) فيما يخص درجة عدم التردد على أقسام الشرطة بالنسبة لذوي المستوى التعليم العالي ، أما عن فئة الجامعيين فقد أخذت موقفا وسطا من حيث درجات التردد مقارنة بالفئتين الأولى والثالثة .

وبتطبيق **كا2** لمعرفة مدى وجود فروق بين الفئات العمرية و التعليمية لعينة الدراسة على أرقام الجدول أعلاه وجدنا أن **كا2** المحسوبة تساوي **49.1** وهي أكبر من**كا2** الجدولية **26.29** تحت درجة حرية (16) عند مستوى الدلالة **0.05** نجد أن هناك فروق جوهرية بين فئات العينة فيما يخص درجات التردد على أقسام الشرطة.

يتضح من خلال الجدول (7) أعلاه والمتعلق بأسباب تردد الأفراد على أقسام الشرطة أن التردد على أقسام الشرطة لغرض التصريح بالضياع قد حاز على أعلى نسبة (54,43 %) يليه التردد من أجل إيداع الشكاوى بنسبة قدرها (39,24 %) وبأقل نسبة (6,32 %) التردد على أقسام الشرطة لغرض الاستفسار .

لم تختلف نسب أسباب التردد على أقسام الشرطة بالنسبة للفئة ذات المستوى التعليمي الأدنى من الجامعي حيث سجل سبب التردد على أقسام الشرطة لغرض التصريح بالضياع النسبة نفسها التي سجلها سبب التردد من أجل إيداع الشكوى وذلك بنسبة قدرها (50 %) بينما انعدمت تماما (0 %) نسبة التردد بهدف الاستفسار لدى هذه الفئة .

غير أن النسب بالنسبة للمستويين العالي والجامعي قد اختلفت حيث سجلت نسبة التردد على أقسام الشرطة لغرض الاستفسار (4,87 %) بالنسبة للجامعيين وبنسبة أكبر (16,66 %) لدى من هم يتمتعون بمستوى تعليمي عالي ، غير أن نسبة التردد من أجل إيداع شكوى قد بلغت (39,02 %) لدى الجامعيين و (27,77 %) بالنسبة للمستوى التعليمي العالي ، غير أن النسبتان تقاربتا لكلا المستويين التعليميين الجامعي والعالي فيما يخص التردد على أقسام الشرطة بغرض التصريح بالضياع حيث بلغت (56,09 %) لدى الجامعيين ونسبة قدرها (55,55 %) بالنسبة لأصحاب المستوى التعليمي العالي .

من خلال ملاحظتنا لهذا الجدول يتبين أن تردد الأفراد على أقسام الشرطة يرجع في معظم الأحيان إلى لجوء الأفراد لأقسام الشرطة فقط عند فقدانهم لبعض الأشياء أو الوثائق الخاصة الأمر ينطبق كذلك على ترددهم و إن كان بدرجة أقل من أجل إيداع الشكاوى في حال تعرضهم لاعتداء أو لظلم الآخرين لهم رغبة منهم في استرجاع حقوقهم.

يمكن أن نرجع ذلك إلى أن درجة اقتناع الأفراد لا بأس بها في كفاءة الشرطة عند استعمالها للقوة من أجل إرجاع الممتلكات و الحقوق لأصحابها فهذا يحسب لصالح الشرطة إلا أن ما يحسب عليها هو أن الأفراد لا يرون بذلك إلا جانب القوة في العمل الشرطي الأمر الذي يحجب عنهم رؤية الجانب الإرشادي و التوجيهي الوقائي الذي يصاحب الأداء الشرطي.

ذلك ما يثبته التواضع الشديد لمعدل تردد الأفراد على أقسام الشرطة بغرض الاستفسار أو طلب الإرشاد أو الوقوف على حقيقة العمل في أقسام الشرطة وظروفه فيكاد يكون للأسف منعدما وذلك يمكن تفسيره بمدى تواضع الحس الأمني لبعض

الأفراد للأسف الشديد وكذا نقص الاستعداد لديهم لتطوير ثقافتهم الأمنية خاصة أولئك الذين يمثلون الفئة ذات المستوى التعليمي الأدنى من الجامعي نظرا لأن نسبة التردد على أقسام الشرطة من أجل الاستفسار كانت منعدمة تماما (0 %) الأمر الذي يعكس مدى افتقادهم للفضول العلمي ولمعرفة ظروف العمل بأقسام الشرطة .

وبتطبيق **كا2** لمعرفة مدى وجود فروق بين الفئات العمرية و التعليمية لعينة الدراسة على أرقام الجدول أعلاه وجدنا أن **كا2** المحسوبة تساوي **17.81** وهي أصغر من**كا2** الجدولية **26.29** تحت درجة حرية (16) عند مستوى الدلالة **0.05** نجد أنه لا توجد هناك فروق جوهرية بين فئات العينة حول أسباب التردد على أقسام الشرطة .

يتضح من خلال الجدول (8) أعلاه والمتعلق بلجوء الأفراد للشرطة في حال التعرض لمشكلة ما من عدم لجوئهم للشرطة أن نسبة عدم اللجوء للشرطة كانت الأكبر حيث قدرت ب (71 %) بينما مثلت نسبة اللجوء للشرطة فقط (29 %) .

لم يختلف موقف الأفراد بالنسبة للجوء إلى الشرطة من عدمه بين المستويات التعليمية الثلاث حيث مثلت نسبة عدم اللجوء دوما أعلى النسب لدى المستويات الثلاث بدرجة أكبر لدى الفئة ذات المستوى التعليمي الأدنى من الجامعي حيث بلغت (75,55 %) تليها فئة المستوى التعليم العالي بنسبة (70 %) ثم نسبة الجامعيين (60 %) .

أما عن اللجوء لرجل الشرطة فقد سجل أقل النسب بداية بالمستوى التعليمي الأدنى من الجامعي وذلك بنسبة (24,44 %) لتتساوى النسبة لدى الجامعيين ولدى المستوى التعليمي العالي حيث بلغت (30 %) .

يمكن تفسير عدم لجوء الأفراد للشرطة من أجل حل مشاكلهم بعدم ثقة الأفراد في كفاءة رجل الشرطة وقدرته على إيجاد حلول مناسبة لمشاكلهم كما سبق وأشرنا في جداول سابقة - جدول (5) - إضافة إلى شعور بعضهم بالخوف من ردة فعل الشرطي في تحميل بعضهم للمسؤولية مما يجعلهم في غالب الأحيان يكتمون مشكلاتهم خوفا من تحمل المسؤولية،الأمر الذي يخالف ما قد توصلت إليه دراسة النقيب: **"فاروق محمد الجيزاوي"** بعنوان: **" العلاقات العامة بين الشرطة و الشعب"** حيث توصل إلى أن الأفراد في حال مصادفتهم لمشكلة ما أنهم يلجأون للشرطة طلبا للعون و ذلك بنسبة قدرت ب : (58%) مقابل نسبة أقل (29%) فحسب تمثل أولئك الذين لا يلجأون للشرطة.

بينما خلصت دراستنا إلى أن نسبة اللجوء للشرطة قدرت فقط ب: (29%) ، أما النسبة الأعلى فقدرت ب: (71%) بالنسبة لعدم اللجوء، أما النسبة المتبقية (12%) مثلت من لا يتذكر أنه سبق و لجأ للشرطة حسب دراسة النقيب.

وبتطبيق **كا2** لمعرفة مدى وجود فروق بين الفئات العمرية و التعليمية لعينة الدراسة على أرقام الجدول أعلاه وجدنا أن **كا2** المحسوبة تساوي **5.67** وهي أصغر من**كا2** الجدولية **15.50** تحت درجة حرية (08) عند مستوى الدلالة **0.05** نجد أنه لا توجد هناك فروق جوهرية بين فئات العينة فيما يخص لجوء الأفراد للشرطة من عدمه .

يتضح من خلال الجدول (9) أعلاه والمتعلق بموقف الشرطة من المشاكل التي يتعرض إليها الأفراد في حال لجوء هؤلاء إليهم من أجل المساعدة أن النسبة الأكبر كانت لإسراع الشرطي في حل مشاكل الأفراد ، هذا ما مثلته نسبة (50,87 %) ، ثم التباطؤ في الحل بنسبة أقل قدرها (26,31 %) ولم تبتعد نسبة عدم الاكتراث لمشاكل الأفراد من قبل الشرطي عن تلك التي سجلها التباطؤ في الحل حيث بلغت (22,80 %).

لم تختلف آراء الجامعيين وأراء أصحاب المستوى التعليمي العالي من موقف الشرطة إزاء مشكلاتهم حيث سجلت نسبة الإسراع في الحل أعلى النسب في كلا المستويين إذ سجلت فئة الجامعيين (73,33 %) أما أصحاب المستوى العالي فسجلت نسبة أعلى (80 %) ، تليها النسب المتعلقة بالتباطؤ في الحل حيث تساوت النسبة تماما لدى كل من الفئتين التعليميتين حيث بلغت (20 %).

أما عن عدم اكتراث الشرطي لمشاكل الأفراد فقد سجل نسبة منعدمة (0 %) لدى أصحاب المستوى التعليمي العالي على اختلاف فئاتهم العمرية بينما سجل نسبة مرتفعة لدى من هم أدنى من المستوى الجامعي حيث بلغت (50 %) و نسبة أقل (6,66 %) لدى الجامعيين ، كما سجلت نسبة التباطؤ في الحل (36,36 %) لدى ذوي المستوى التعليمي الأدنى من الجامعي ، وبنسبة أقل الإسراع في الحل إذ سجلت (13,63 %) لدى هذا المستوى التعليمي .

من خلال القراءة الكمية لبيانات الجدول نلاحظ أن رجال الشرطة يقفون موقفا إيجابيا بالنسبة لشكايا ومشكلات الأفراد الأمر الذي يعكس كفاءة هؤلاء في أداء مهامهم الشرطية وكذا تفانيهم في واجبهم من أجل خدمة المواطنين ، ولعل وجود هذا الموقف المتعاكس في أراء فئتي المستوى التعليمي العالي والجامعي مع فئة من هم دون المستوى الجامعي الذين يأخذون موقفا سلبيا من تعامل رجال الشرطة إزاء مشكلاتهم يمكن أن نفسره بسوء فهم هذه الفئة الأخيرة لموقف رجل الشرطة فقد يكون موقف الشرطي يصب في صالح هؤلاء غير أنهم يتفهمون العكس من ذلك ونظرا للأحكام المسبقة لدى هؤلاء عن الشرطي والتي تكون سلبية في مجملها .

وبشكل عام يمكن أن نقول بأن الشرطة تقف موقفا ايجابيا إزاء المشكلات التي تعترض الأفراد حسب ما بينته نسبة الموقف الايجابي المحسوب لصالح الشرطة في إسراعها لحل مشكلات الأفراد في دراستنا و التي قدرت بحوالي نصف النسبة المئوية:

(50.87%)، ما يتوافق مع ما توصلت إليه دراسة النقيب: "**فاروق محمد الجيزاوي**" بعنوان: **" العلاقات العامة بين الشرطة و الشعب"[1].**

إذ توصل النقيب في دراسته إلى أن رجال الشرطة يقفون موقفا إيجابيا بالنسبة لشكا يا الجمهور وذلك بنسبة بلغت (66 %) مقابل (11%) التي تمثل نسبة الموقف السلبي لرجال الشرطة إضافة إلى ما نسبته (16%) ممن لم يلجئوا لرجل الشرطة، و (5%) ممن لا يتذكرون بأنهم قد حصل و لجئوا لرجل الشرطة من قبل، إذ تؤكد هذه الدراسة مدى ايجابية موقف الشرطة إزاء لجوء الأفراد إليها.

يتضح مما سبق أن رجال الشرطة ينشدون رضاء الأفراد ويتطلعون إلى معاونتهم الأمر الذي من شأنه تقوية العلاقة بين الطرفين مما يساعد على التواصل بينهما وبالتالي تسهيل وصول الرسالة الإعلامية الأمنية في أحسن صورها ومنه تطوير الإعلام الأمني وذلك بتفعيل الرسالة الشرطية ونجاحها .

وبتطبيق **كا2** لمعرفة مدى وجود فروق بين الفئات العمرية و التعليمية لعينة الدراسة على أرقام الجدول أعلاه وجدنا أن **كا2** المحسوبة تساوي **29.78** وهي أكبرمن**كا2** الجدولية **26.29** تحت درجة حرية (16) عند مستوى الدلالة **0.05** نجد أن هناك فروق جوهرية بين فئات العينة فيما يخص آراء الأفراد في موقف الشرطة إزاء مشكلاتهم .

---

[1] فاروق الجيزاوي: العلاقات العامة بين الشرطة و الشعب،دراسة سابقة.

يتضح من خلال الجدول (10) أعلاه والمتعلق باقتراحات الأفراد لتوثيق الروابط بين الأفراد والشرطة أن اقتراحهم لأداء الشرطة لمهامها بكفاءة قد سجل أعلى النسب حيث سجل نسبة قدرها (29,5 %) يليه اقتراحهم لتحسين صورة الشرطة وذلك بنسبة (25,5 %) وبنسبة تكاد تكون تساويها اقتراحهم لاحترام ومساعدة الشرطة حيث بلغت نسبة هذا الاقتراح (25 %) أما نسبة (20 %) فتمثلت فيمن لم يقدموا أي اقتراح حول توثيق الروابط بين الأفراد والشرطة .

حيث مثلت الفئة ذات المستوى الأدنى من الجامعي أعلى نسبة لعدم الإجابة أو لعدم اقتراح أي حلول لتوثيق الروابط بين الشرطة و الأفراد وذلك ب (32,22 %) وما نسبته (12,22 %) بالنسبة للجامعيين، بينما انعدمت نسبة عدم الإجابة (0 %) لدى المستوى التعليمي العالي .

أما عن اقتراح المبحوثين لأداء الشرطة لمهامها بكفاءة من أجل توثيق الروابط بين الشرطة والأفراد فقد سجل أعلى نسبة لدى الفئة ذات المستوى التعليمي الأدنى من الجامعي حيث بلغت (41,11 %) تليها نسبة (22,22 %) لدى الجامعيين وأخيرا نسبة (9,52 %) فقط بالنسبة لأصحاب المستوى التعليمي العالي كأقل نسبة ، غير أن هذه الفئة الأخيرة قد سجلت أعلى نسبة بالنسبة لاقتراح تحسين صورة الشرطة تليها فئة الجامعيين بنسبة (28,88 %) واقل نسبة للفئة ذات المستوى الأدنى من الجامعي بلغت (15,55 %)، أما عن اقتراح احترام ومساعدة الشرطة كحل أفضل فقد كان أكثر حضورا لدى فئة الجامعيين وذلك بنسبة (36,66 %) تليها فئة المستوى التعليمي العالي بنسبة (33,33 %) ، أما الفئة ذات المستوى التعليمي الأدنى من الجامعي فقد سجلت أقل نسبة فيما يخص هذا الاقتراح حيث بلغت (11,11 %) فقط .

يمكن تفسير تسجيل اقتراح أداء الشرطة لمهامها بكفاءة لأعلى نسبة من بين الاقتراحات الثلاث لتوثيق الروابط بين الأفراد والشرطة هو الرأي السلبي للأفراد حول الأداء الشرطي ، ذلك ما وضحته نتائج الجدول السابق رقم (5) حيث مثل سوء الأداء في العمل الشرطي أعلى نسبة من بين جملة الأسباب المؤدية لإعراض الأفراد عن التعاون مع رجل الشرطة ومنه فإن تسجيل اقتراح أداء الشرطة لمهامها بكفاءة لأعلى النسب يكون أمرا منطقيا وواقعيا إلى حد كبير ، خاصة لدى من هم دون المستوى الجامعي باعتبار أنهم سجلوا أعلى نسبة فيما يخص هذا الاقتراح وذلك لما يحمله هؤلاء من أراء سلبية عن كفاءة مستوى أداء رجل الشرطة لمهامه.

لذا يجدر برجل الشرطة أن يؤدي مهامه بكفاءة وأن تكون تصرفاته محاطة بالحذر و الحكمة إذ أن الخطأ الذي يرتكبه أحد رجال الشرطة إنما ينسب إلى الهيئة كلها، لذا يجب أن يظهر رجل الشرطة تفانيه في العمل و إظهار عطفه و حبه للأفراد في علانية

باعتبار أن كل رجل شرطة هو رجل علاقات عامة مما يفرض عليه انتهاز كل فرصة ممكنة لإظهار شعوره و نواياه الطيبة نحوهم، لأن مثل هذا التصرف يشجع الأفراد على التفاعل و التجاوب مع الشرطة و بالتالي توثيق الصلات الطيبة بين الطرفين.

و بالنسبة لاقتراح تحسين صورة الشرطة لدى الأفراد فقد سجل أعلى نسبة لدى الفئة ذات المستوى التعليمي العالي مقارنة بباقي الفئات ذلك لأنها تعي مدى سوء الصورة الذهنية التي يحملها الكثير من الأفراد خاصة ذوي المستويات التعليمية المنخفضة زيادة على تشكيكهم في كفاءة ومؤهلات رجال الشرطة ومنه فإن هذه الفئة ذات المستوى التعليمي العالي رأت أنه أنسب اقتراح يكفل توثيق الصلات بين الأفراد والشرطة وأنجع حل لتصحيح هذه الصورة الذهنية السلبية وتحسينها في نظر الأفراد وهذا ما يقع على عاتق جهاز العلاقات العامة بالشرطة من أجل النهوض بالعمل الشرطي والعامل على إيجاد أكبر قدر من الاتصالات لإنشاء صداقات بين رجال الشرطة والأفراد ، ذلك بتهيئة الأذهان في المجتمع للمشاركة في أعمال الشرطة عن طريق تشجيع قيام جمعيات الصداقة بين رجال الشرطة و مختلف الهيئات مما يزيد في حلقات الترابط و التفاهم بين هذه الهيئات و الشرطة.

حيث تسعى العلاقات العامة في الشرطة لخلق حالة و جو من التفاعل بين الشرطي و المواطن حسب ما تؤكده نتائج ما توصل الباحث **"ناجي محمد الجوهر"** في دراسة تطبيقية له بجهاز الأمن العام الأردني خلال الفترة من كانون الأول 1994 لغاية شهر حزيران 1995 ، جاءت دراسة الباحث بعنوان: **" العلاقات العامة في الشرطة"** .[1]

حيث توصل الباحث إلى أن العلاقات العامة بالشرطة تفيد في تحسين العلاقة بين رجل الشرطة و المواطن كما تساعد على خلق جو من التفاعل الايجابي بين الطرفين، الأمر الذي من شأنه أن يجعل من الرسالة الإعلامية الأمنية أكثر مرونة في وصولها إلى الجمهور و بالتالي الاستجابة لمضامينها فتتمكن العلاقات العامة بالشرطة في ذلك من تفعيل العملية الاتصالية بين الشرطة و الجمهور و تطوير الإعلام الأمني.

أما عن النسب الخاصة بعدم الإجابة عن إعطاء اقتراحات لتوثيق الروابط بين الشرطة والأفراد فيمكن تفسير انعدام النسبة تماما لدى الفئة ذات المستوى التعليمي العالي بأن هذه الفئة أكبر من أن تترك السؤال دون إجابة كونها تعلم مدى أهمية توثيق الصلات بين الأفراد والشرطة في تحسين مستوى الأمن وإحلال الاستقرار والطمأنينة بينما كانت جد ضعيفة لدى الجامعيين أما من هم دون ذلك المستوى فقد كانت نسبة عدم

---

[1] ناجي محمد الجوهر: "العلاقات العامة في الشرطة"، دراسة سابقة.

إجابتهم حول الاقتراحات معتبرة مقارنة بغيرهم من الفئات ذلك أن هذه الفئة لا تعي مدى الأهمية القصوى لضرورة توطيد الروابط بين الأفراد والشرطة تماما كما تعيه جيدا الفئة ذات المستوى التعليمي العالي.

وبتطبيق **كا2** لمعرفة مدى وجود فروق بين الفئات العمرية و التعليمية لعينة الدراسة على أرقام الجدول أعلاه وجدنا أن **كا2** المحسوبة تساوي **75.97** وهي أكبر من**كا2** الجدولية **36.41** تحت درجة حرية (24) عند مستوى الدلالة **0.05** نجد أن هناك فروق جوهرية بين فئات العينة فيما يخص اقتراحاتهم لتوثيق العلاقة بين الشرطة و الجمهور.

يتضح من خلال الجدول (11) أعلاه والمتعلق بمدى إدراك المبحوثين لمزاولة الشرطة لمهام أخرى إضافة إلى المهام الأمنية أن (51,5 %) من المبحوثين ليسوا على دراية بالمهام العديدة للشرطة بل يعتقدون أن مهامها فقط تنحصر في مهمة حفظ الأمن، بينما من هم على علم بأن للشرطة مهاما تتعدى مهمة حفظ الأمن فقد بلغت نسبتهم (27,5 %) ،أما من أجابوا ب:"لا أعلم" فقد بلغت نسبتهم (21 %) .

اختلفت هذه النسب في ترتيبها من مستوى تعليمي لآخر ومن فئة عمرية لأخرى، فالنسبة لمن يعتقد بأن مهمة الشرطة تنحصر فقط في مهمة حفظ الأمن لا غير فقد بلغت أعلى نسبة (60 %) لدى من هم دون المستوى الجامعي، بينما بلغت نصف النسبة المئوية (50 %) لدى الجامعيين، وفقط (20 %) لدى أصحاب المستوى التعليمي العالي .

أما من أجابوا بعدم انحصار مهام الشرطة في مهمة حفظ الأمن أي ممارسة الشرطة لمهام أخرى إضافة للمهام الأمنية فقد حقق نسبة جد معتبرة لدى أصحاب المستوى التعليمي العالي إذ قدرت ب: (80 %) ، وبنسبة اقل (36,66 %) لدى الجامعيين ، وأخيرا نسبة (6,66 %) بالنسبة لمن هم دون المستوى الجامعي .

غير أن هؤلاء قد سجلوا أعلى نسبة فيما يخص الإجابة ب "لا أعلم " إذ بلغت (33,33 %) وبنسبة أقل (13,33 %) بالنسبة للجامعيين ، أما نسبة الإجابة لدى أصحاب المستوى التعليمي العالي فقد كانت منعدمة (0 %) عن "لا أعلم " .

يمكن تفسير ارتفاع نسبة من يعتقدون بأن مهام الشرطة تنحصر في المهام الأمنية فقط هو مشاهدتهم العابرة واليومية أثناء قيام رجال الشرطة بمهامهم كتنظيمهم مثلا لحركة المرور أو مكافحتهم للجريمة ومنه يغيب عن الكثيرين الأدوار الأخرى المهمة التي تؤديها الشرطة زيادة عن مهمتها في حفظ الأمن وهذا ما ينطبق على ذوي المستوى التعليمي المنخفض أي الأدنى من الجامعي باعتباره سجل أعلى نسبة بينما سجل ذوي المستوى التعليمي العالي أقل هذه النسب.

يتضح من خلال ذلك ما للمستوى هذا من أهمية في الوقوف على المهام الشرطية في كامل صورها ومعرفة الوظائف العديدة لرجل الشرطة و ما يؤكده أيضا انعدام النسبة تماما فيما يخص الإجابة عن : " لا أعلم " لدى هذا المستوى التعليمي بالذات، بينما تزيد نسبة جهل الأفراد وعدم إدراكهم لمهام الشرطة كلما أخذ المستوى التعليمي بالانخفاض ليسجل نسبة (13,33 %) لدى الجامعيين ونسبة (33,33 %) لدى الفئة ذات المستوى التعليمي المنخفض نظرا لما يملكونه من معلومات بسيطة و

سطحية عن واقع العمل الشرطي وتنوع ميادينه حيث يغلب على ظن هؤلاء أن الشرطة تمارس فقط نشاطا أمنيا لا غير.

و على العكس من ذلك تشير **الإحصائيات** إلى أن عمل الشرطة امتد إلى مجالات كثيرة، حيث أصبح متشعبا بصورة أصبح معها عمل الشرطة في حفظ الأمن يمثل نسبة متواضعة بالمقارنة بعملها في المجالات الأخرى، بل لقد قررت بعض **الإحصاءات** أن: "ما يقارب (90%) من أعمال الشرطة ليست ذات طبيعة إجرامية ترمي لتطويق الجريمة و الحد من تفشيها" [1].

بل إن رجل الشرطة صار موجودا في كل مكان: في المرور،في الجوازات،في الأحوال المدنية لاستخراج البطاقات الشخصية، في العمل الجنائي للكشف عن السوابق و استخراج صحف الحالة الشرطة المتخصصة في المجال الاقتصادي للمحافظة على الاقتصاد القومي، و مكافحة التهريب و التزييف و التزوير، في المجال الصحي و النفسي للمحافظة على الثروة البشرية، في المجال الأخلاقي للحفاظ على قيم المجتمع، في مجال السياحة كشرطة السياحة، شرطة الإطفاء، شرطة المرور لتنظيم حركة المرور و تحسين مستوى الأمن المروري، كل ذلك يظهر لنا مدى الجهود التي تبذلها الشرطة لخدمة الأفراد و مدى تفرع مجالاتها و بالتالي مهامها.

وبتطبيق **كا2** لمعرفة مدى وجود فروق بين الفئات العمرية و التعليمية لعينة الدراسة على أرقام الجدول أعلاه وجدنا أن **كا2** المحسوبة تساوي **64.68** وهي أكبر من**كا2** الجدولية **26.29** تحت درجة حرية (16) عند مستوى الدلالة **0.05** نجد أن هناك فروق جوهرية بين فئات العينة في ما يخص الاعتقاد بعدم انحصار مهمة الشرطة في حفظ الأمن.

يتضح من خلال الجدول (12) أعلاه والمتعلق بالمهام العديدة للشرطة حسب رأي المبحوثين الذين يعتقدون بأن الشرطة لا تنحصر مهامها فقط في مهمة حفظ الأمن أن من أجابوا بممارسة الشرطة لمهمة تتمثل في التوعية والتحسيس قد بلغت نسبتهم (41,81 %) كأعلى نسبة ، لتليها مباشرة نسبة من أجابوا بممارسة الشرطة لمهمة الإعلام والتوجيه حيث بلغت (34,54 %) لتكون أقل نسبة من نصيب أولئك الذين لم يجيبوا حيث بلغت نسبة "دون إجابة " (23,63 %) .

اختلفت هذه النسب في مقدارها وفي ترتيبها بين المستويات التعليمية الثلاث وبين الفئات العمرية لهذه المستويات التعليمية، حيث بلغت نسبة الإجابة عن التوعية والتحسيس كإحدى مهام الشرطة نسبة قدرها(68,75 %) بالنسبة للمستوى التعليمي

---

[1] علي الباز: العلاقات العامة و العلاقات الإنسانية و الرأي العام،مرجع سابق، ص 133.

العالي وتباينت بين الفئات العمرية في هذا المستوى التعليمي حيث سجلت (100 %) للفئة العمرية [20 - 29 [و (66,66 %) للفئة [30 - 39 [أما الفئة [40 - 49 [فقد سجلت (62,5 %) .

بينما سجلت مهمة التوعية والتحسيس بالنسبة للمستوى الجامعي (36,36 %) وتباينت هي الأخرى بين الفئات العمرية لهذا المستوى التعليمي حيث سجلت الفئة العمرية [20 - 29 [أعلى نسبة (43,75 %) تليها بدرجة اختلاف جد طفيفة نسبة (42,85 %) بالنسبة للفئات العمرية [40 - 49 [بينما بلغت النسبة (20 %) للفئة العمرية [30 - 39 [.

أما فيما يتعلق بالمستوى التعليمي الأدنى من الجامعي فإن مهمة التوعية والتحسيس التي تمارسها الشرطة إضافة لمهمة حفظ الأمن ، فقد سجلت نسبة منعدمة (0 %) بالنسبة لهذا المستوى التعليمي .

أما عن مهمة الإعلام والتوجيه كمهمة أخرى تؤديها الشرطة فقد سجلت نسبة أقل من مهمة التوعية والتحسيس للمستوى التعليمي العالي حيث بلغت (25 %) ، أما هذه المهمة المتعلقة بالإعلام والتوجيه فقد انعدمت (0 %) بالنسبة للفئة العمرية [20 - 29 [عند هذا المستوى التعليمي بينما سجلت نسبة(33,33 %) لدى فئة (30 - 39)، وبنسبة أقل قدرها (25 %) لدى الفئة العمرية [40 - 49 [عند هذا المستوى التعليمي .

بينما سجلت نسبة مهمة الإعلام والتوجيه لدى الجامعيين نسبة أكبر مما سجلته لدى ذوي المستوى التعليمي العالي حيث بلغت (39,39 %)، كما تباينت بين الفئات العمرية الثلاث لدى هذا المستوى التعليمي الجامعي، حيث كانت أعلى نسبة سجلت عند الفئة العمرية [30 - 39[وقدرت ب: (60 %) تليها نسبة (31,25 %) لدى الفئة العمرية [20 - 29[وقد بلغت (31,25 %) وكأقل نسبة (28,57 %) مثلتها الفئة العمرية (40 - 49) لدى هذا المستوى التعليمي الجامعي.

أما عن مهمة الإعلام والتوجيه بالنسبة للمستوى التعليمي دون الجامعي فقد سجلت (33,33 %) وما يلاحظ فيما يتعلق بهذه المهمة أنها كانت غائبة تماما لدى الفئتين العمريتين [20 - 29[و الفئة [30 - 39[على حد سواء لدى هذا المستوى التعليمي حيث سجلت كلتا الفئتين نسبة منعدمة (0 %) بالنسبة لهذه المهمة ، أما ثالث فئة عمرية [40 - 49[فقد سجلت مهمة الإعلام والتوجيه نسبة معتبرة لدى هذه الفئة العمرية حيث بلغت (50 %).

و فيما يخص "دون إجابة" فقد سجلت أقل نسبة (6,25 %) لدى المستوى التعليمي العالي إلا أن الأمر الملاحظ هو أن نسبة عدم الإجابة قد انعدمت بالنسبة للفئتين العمريتين [20 - 29[و [30 - 39[عند هذا المستوى التعليمي على حد سواء حيث سجلت (0 %)، بينما سجلت الفئة [40 - 49 [نسبة قدرها (12,5 %) لدى المستوى التعليمي العالي .

أما فيما يخص المستوى التعليمي الجامعي فإن نسبة عدم الإجابة قد ارتفعت إلى (24,24 %) حيث سجلت الفئات العمرية نسبا متقاربة في هذا المستوى التعليمي فيما يخص عدم الإجابة فسجلت الفئة العمرية [20 - 29[نسبة (25 %) وفئة [30 - 39[بنسبة (20 %) أما فئة [40 - 49[نسبة قدرها (28,57 %) .

بينما سجل المستوى التعليمي الأدنى من الجامعي أعلى نسبة فيما يخص عدم الإجابة حيث بلغت (66,66%) وسجلت الفئة العمرية [20 - 29[نسبة (100 %) أما النسبة فقد انعدمت (0 %) بالنسبة للفئة العمرية [30 - 39[، كما سجلت الفئة العمرية [40 - 49[نفس النسبة التي سجلتها مهمة الإعلام والتوجيه لدى هذا المستوى التعليمي الأدنى من الجامعي حيث بلغت النسبة (50 %) .

يتضح من خلال المقارنة بين الفئتين العمريتين [20- 29[لدى كل من المستويين التعليميين العالي و الأدنى من الجامعي ، بما أن تلك الفئة العمرية لدى المستوى الأدنى من الجامعي قد سجلت نسبة (100%) فيما يخص عدم الإجابة عن المهام الأخرى للشرطة إضافة للمهمة الرئيسية و هي حفظ الأمن ، مقابل نفس الفئة العمرية في المستوى التعليمي العالي التي سجلت نسبة منعدمة (0%) فيما يخص عدم الإجابة ، يمكن أن نفسر ذلك بأن السن ليس وراء علم أو جهل الأفراد للمهام المتعددة للشرطة بل إن أمر الإدراك أو الجهل مرتبط إلى حد كبير بالمستوى التعليمي للأفراد فكلما ارتفع المستوى التعليمي كلما تمكن الفرد من الوقوف على حقائق الأشياء، و تمكن في هذا الصدد من معرفة حقيقة مهنة الشرطة و مدى أهميتها.

يمكن تفسير تسجيل مهمة التوعية والتحسيس لأعلى نسبة بأن رجال الشرطة يؤدون فعلا مهمتهم الأمنية بكفاءة فإلى جانب حرصهم على حفظ الأمن العام ، يبذلون جهود إضافية اتصالية مع الأفراد في سبيل توعيتهم بضرورة احترام القوانين وتحسيسهم بمدى خطورة اختراق قوانين السلامة خاصة المرورية منها الأمر الذي يثبت حرص الشرطة على خلق جو من التواصل مع المواطن وكذا بالنسبة لمهمة الإعلام والتوجيه التي لم تختلف من حيث النسبة إلا اختلافا طفيفا عن مهمة التوعية والتحسيس ذلك أن الشرطة تقوم بمهام أخرى اتصالية توجيهية و إرشادية إضافة للمهمة المتعلقة بحفظ الأمن العام معتمدة على جملة من الوسائل في إطار أداء هذه المهام جميعها .

فمن بين هذه الوسائل التي تعتمدها الشرطة في إطار مهمة الإعلام و التوجيه ما يتعلق مثلا بمحاولة تجسيد الأمن المروري باعتماد الوسائل الهندسية التي تكفل تنظيم المرور إضافة إلى الوسائل القانونية باعتمادها على التشريعات والقوانين إضافة للوسائل الإعلامية في إطار ممارسة مهام الإعلام والتوجيه وكذا التوعية والتحسيس إذ أن تطبيق الشرطة وبالأخص شرطة المرور للقانون ينطوي أيضا على نشاط اتصالي و إعلام أمني وذلك انطلاقا من أن الإجراءات القانونية التي تتخذ إزاء المخالفين عدة أنواع مثل :

* الإنذار الشفوي :حيث يلجأ الشرطي لإعلام صاحب المخالفة بنوع الخطأ الذي ارتكبه وكذا العقوبة المترتبة في حال استحقاقها .
* الإنذار الكتابي : ويأتي مباشرة بعد الإنذار الشفوي أي في حالة المخالفة الثانية وهذا الإجراء أكثر صرامة مقارنة بسابقه الذي يتسم بالليونة ، في حين أن الكتابي يتسم بالردع...[1]

وبتطبيق **كا2** لمعرفة مدى وجود فروق بين الفئات العمرية و التعليمية لعينة الدراسة على أرقام الجدول أعلاه وجدنا أن **كا2** المحسوبة تساوي **19.42** وهي أصغر من**كا2** الجدولية **26.29** تحت درجة حرية (16) عند مستوى الدلالة **0.05** نجد أنه لا توجد هناك فروق جوهرية بين فئات العينة في ما يتعلق بإجاباتهم عن المهام الإضافية للشرطة زيادة عن مهمة حفظ الأمن.

[1] عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر : حجم حوادث المرور في الوطن العربي وسبل معالجتها : التربية والتثقيف والإعلام روافد أساسية لسلامة المرور ، د ط ، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ، مركز الدراسات والبحوث ، ص 19.

يتضح من خلال الجدول (13) والمتعلق بالنشاط الإعلامي الخاص بالشرطة والذي يمثل جهاز العلاقات العامة بالشرطة مصدرا له، أن نسبة من لا يعلمون شيئا عن ممارسة الشرطة لنشاط إعلامي فقد قدرت ب : (47,5 %)، تليها مباشرة نسبة أولئك الذي أجابوا ب "نعم" أي بممارسة الشرطة لنشاط إعلامي مصدره جهاز العلاقات العامة (37,5 %)، بينما عادت أقل نسبة (15 %) للإجابة ب "لا" أي اعتقاد المبحوثين بأن الشرطة لا تؤدي أي نشاط إعلامي مصدره جهاز العلاقات العامة .

اختلفت هذه النسب من مستوى تعليمي لآخر ومن فئة عمرية لأخرى، حيث بلغت نسبة الإجابة ب "نعم" لدى المستوى العالي (80 %) وتباينت بين الفئات العمرية في هذا المستوى التعليمي حيث بلغت نسبة الفئة [30 - 39[أعلى نسبة قدرها (85,71 %)، و (80 %) لدى فئة [40 - 49[،أما فئة [20 - 29[فقد سجلت النسبة الأقل حيث قدرت ب (66,66 %) .

أما بالنسبة للمستوى الجامعي فقد بلغت نسبة الإجابة ب "نعم" نسبة أقل (40 %) حيث سجلت الفئة العمرية [40 - 49[أعلى نسبة (70 %) تليها نسبة (50 %) لدى الفئة [30 - 39[وأقل نسبة لدى الفئة العمرية [20 -29[حيث بلغت (28,84 %) .

بينما سجلت الإجابة بنعم النسبة الأقل (25,55 %) لدى المستوى التعليمي الأدنى من الجامعي سجلت فيها الفئة [40 - 49[أعلى نسبة (41,37 %) تليها الفئة [30 - 39[نسبة (25 %) وأخيرا الفئة [20 - 29[بأقل نسبة (12,12 %) .

أما نسبة الإجابة ب "لا" فقد سجلت نسبا أقل من النسب التي سجلتها الإجابات ب "نعم" حيث انعدمت تماما نسبة الإجابة ب "لا" لدى المستوى التعليمي العالي، بينما سجلت الفئة ذات المستوى التعليمي الجامعي نسبة(10 %) قدرت نسبة الفئة [20 - 29[ب: (7,69 %) أما الفئة [30 - 39[فقد سجلت نسبة(14,28 %) بينما فئة [40 - 49 [نسبة(10 %) .

أما فيما يخص الإجابة عن "لا أعلم" فقد سجلت نسبا أكبر من نسب الإجابة ب "لا" بين المستويات التعليمة الثلاث ، حيث بلغت نسبتها لدى المستوى الجامعي أعلى نسبة (50 %) سجلت الفئة العمرية [20 - 29[في هذا المستوى التعليمي النسبة الأعلى (63,46 %) تليها الفئة [30 - 39[نسبة قدرها(35,71 %) أما الفئة [40 - 49[أقل نسبة (20 %)، ليلي المستوى الجامعي المستوى الأدنى منه بنسبة (48,88 %) فيما يخص الإجابة دوما ب "لا أعلم" حازت فيها كذلك الفئة [20 - 29[على أعلى نسبة (66,66 %) تليها نسبة (53,57 %) الخاصة بالفئة [30 - 39[فنسبة الفئة [40 - 49[المقدرة ب :(31,03%).

بينما مثلت نسبة الإجابة ب "لا أعلم" أقل النسب لدى المستوى التعليمي العالي حيث بلغت (20 %) مثلت فيها هي الأخرى الفئة [20 - 29[أعلى نسبة (33,33 %) تليها الفئة [40 - 49[بنسبة (20 %) ثم الفئة [30 - 39[بنسبة (14,28 %) .

من خلال هذه القراءة الإحصائية لبيانات الجدول نلاحظ أن أغلب المبحوثين لا يعلمون شيئا عن ممارسة الشرطة لأي نشاط إعلامي – مصدره جهاز العلاقات العامة - يمكن تفسير ذلك بمدى تواضع الثقافة الأمنية للأفراد و بمعرفتهم السطحية وغير الكاملة عن العمل الشرطي عموما، غير أن من كانت ثقافتهم واسعة ومستواهم التعليمي مرتفع فقد كانوا على علم بممارسة الشرطة للنشاط الإعلامي الأمني.

هذا ما بدى واضحا لدى أصحاب المستوى التعليمي العالي بنسبة (80 %) وهي نسبة جد معتبرة تعكس ما للمستوى العلمي المرتفع من دراية بأجهزة العلاقات العامة بالمؤسسات عموما و بالمؤسسات الأمنية خصوصا و النشاطات الموكل لهذه الأجهزة على رأسها النشاط الاتصالي بمستوييه الداخلي و الخارجي، ليليه المستوى الجامعي الذي أظهر نسبة متوسطة من حيث علم أفراده بمزاولة الشرطة للنشاط الإعلامي الأمني وذلك ما بينته نسبة (50 %) منهم ، وعلى العكس من ذلك مدى تواضع نسبة الفئة ذات المستوى التعليمي الأدنى من الجامعي (25,55 %) الأمر الذي يعكس مدى تواضع ثقافتها الأمنية، يتضح من خلال ذلك مدى أهمية المستوى التعليمي للوقوف على مختلف تفرعات العمل الشرطي .

وبتطبيق **كا2** لمعرفة مدى وجود فروق بين الفئات العمرية و التعليمية لعينة الدراسة على أرقام الجدول أعلاه وجدنا أن **كا2** المحسوبة تساوي **46.87** وهي أكبر من**كا2** الجدولية **26.29** تحت درجة حرية (16) عند مستوى الدلالة **0.05** نجد أن هناك فروق جوهرية بين فئات العينة في ما يتعلق بإدراكهم للنشاط الإعلامي التوعوي الصادر عن قسم العلاقات العامة بالشرطة.

يتضح من خلال الجدول (14) والمتعلق بمدى إدراك المبحوثين لحاجة الشرطة لجهاز خاص بالعلاقات العامة و من خلال القراءة الإحصائية لبيانات الجدول أن النسبة الأعلى قد كانت من نصيب الإجابة على " تحسين علاقة الشرطة بالأفراد" بنسبة (52,75 %)، تليها بنسبة أقل الإجابة عن "توعية الأفراد أمنيا " حيث بلغت (23,85 %)، وبنسبة تكاد تساويها (23,39 %) فيما يخص الإجابة عن "تحسين مستوى رجل الشرطة" .

اختلفت نسب الإجابات عن حاجة الشرطة لجهاز خاص بالعلاقات العامة بين المستويات التعليمية الثلاث،حيث سجلت الإجابة ب: "توعية الأفراد أمنيا" نسبة قدرها (27,58 %) لدى المستوى التعليمي العالي غير أن النسب في الفئات العمرية الثلاث لهذا المستوى التعليمي كانت متقاربة حيث سجلت الفئة العمرية [20 - 29[أعلى نسبة (33,33 %)، تليها الفئة [30 - 39[بنسبة (30 %)، ثم فئة [40 - 49[بنسبة (23,07 %) .

بينما سجلت الإجابة عن " توعية الأفراد أمنيا" لدى المستوى الجامعي نسبة أقل بدرجة طفيفة حيث بلغت (26,26 %) سجلت فئة [20 - 29[هي الأخرى أعلى نسبة (33,33 %) تليها الفئة [30 - 39[بنسبة (20 %) ثم الفئة [40 - 49[بنسبة (13,33 %).

أما عن الإجابة "تحسين علاقة الشرطة بالأفراد " كأقل نسبة فقد سجلت لدى المستوى التعليمي العالي قدرها (17,24 %)، نسبة (20 %) لفئة [30 - 39[ثم نسبة (16,66 %) لفئة [20 - 29[فنسبة (15,38 %) للفئة [40 - 49[.

بينما سجلت الإجابة "تحسين علاقة الشرطة بالأفراد" نسبة أعلى لدى الجامعيين حيث قدرت ب:(47,47 %) وسجلت الفئات العمرية في هذا المستوى التعليمي نسبا غير متباعدة حيث سجلت الفئة [30 - 39[نسبة (46,66 %)، ثم فئة [20 - 29[نسبة (46,29 %)، أما الفئة [40 - 49[فقد سجلت أعلى نسبة (53,33 %) .

إلا أن المستوى التعليمي الأدنى من الجامعي فقد حاز على أعلى نسبة فيما يخص الإجابة عن "تحسين علاقة الشرطة بالأفراد " وذلك بنسبة (63,01 %) سجلت فيها الفئة [20 -29[أعلى نسبة [75,75 %[، تليها الفئة [40 - 49[بنسبة (68,96 %)، وبنسبة تقاربها (64,28 %) لدى الفئة [30 - 39[.

وفيما يخص الإجابة ب "تحسين مستوى رجل الشرطة" فقد سجلت لدى المستوى التعليمي العالي أعلى نسبة (55,17 %)، حيث سجلت الفئة العمرية [40 - 49 [ذات المستوى التعليمي العالي (61,53 %) تليها الفئتان العمريتان [30 - 39[و [20 - 29[بنسبة متساوية بلغت (50 %).

ليأتي المستوى الجامعي في المرتبة الثانية من حيث الإجابة عن " تحسين مستوى رجل الشرطة " وذلك بنسبة (26,26 %) مثلت فيها الفئتان العمريتان [40 - 49[و [30 - 39[نسبة متعادلة قدرها (33,33 %)، بينما سجلت الفئة العمرية [20 - 29[نسبة (20,37 %) .

أما فيما يخص المستوى التعليمي الأدنى من الجامعي فقد جاء في المرتبة الثالثة والأخيرة من حيث الإجابة عن " تحسين مستوى رجل الشرطة" وذلك بنسبة (12,32 %) فقط، حيث سجلت الفئة العمرية [40 - 49[نسبة (17,24 %) ففئة [30 - 39[بنسبة (10,71 %) ثم الفئة [20 - 29[بنسبة (3,03 %) فحسب .

يمكن تفسير رأي المبحوثين في أن حاجة الشرطة لجهاز خاص بالعلاقات العامة تتمثل في محاولة هذا الجهاز لتحسين علاقة الشرطة بالأفراد حيث مثلت أعلى النسب ذلك لأن واقع العلاقة بين الشرطة والمواطن في الجزائر هو واقع حرج و لا مناص لنا من هذا الواقع المؤسف والمخزي على حد سواء .

فالأفراد وتماما رجال الشرطة يعلمون مدى تشنج العلاقة بين الطرفين بحكم ظروف تخرج ربما عن نطاق كلا الطرفين ومنه فإن الأفراد يرون أن الشرطة في حاجة ماسة لتحسين علاقتها بالمواطن بالدرجة الأولى حتى تتمكن من كسب ثقته لأن من شأن تحسن هذه العلاقة أن يفتح جسرا من جسور المودة والتعاون بين الشرطة و الأفراد،أما عن تقارب نسب آرائهم في حاجة الشرطة لجهاز خاص بالعلاقات العامة من أجل توعية الأفراد أمنيا، و كذا تحسين مستوى رجل الشرطة – و إن كان بنسب أقل من تحسينه لعلاقة الأفراد بالشرطة - ذلك لأن الأفراد يعلمون أن الشرطة تحتاج لجهاز خاص بالعلاقات العامة لتوعية الأفراد و تحسيسهم و إقناعهم بضرورة احترام القوانين و المساهمة في حفظ الأمن العام تماما كما تحتاجه لتحسين مستوى أداء رجل الشرطة .

حيث أكد الدكتور: **"جاسم خليل ميرزا"** في دراسة له بعنوان: **" العلاقات العامة في المؤسسات الشرطية"** أهمية دور العلاقات العامة بالشرطة الحيوي في تقديم الخدمة الأمنية و التوعوية للناس و في رفع مستوى الأداء في العمل الشرطي لذلك اهتمت القيادة العامة لشرطة دبي منذ بداية السبعينات بالدور الذي يمكن أن تلعبه

العلاقات العامة في مجال الشرطة على المستويين الداخلي و الخارجي من خلال العمل على تعميق العلاقة الحسنة و الاحترام و الثقة المتبادلة بين أفراد الشرطة بعضهم بعض و بين أفراد المجتمع، و قد كان من أهم أهداف العلاقات العامة شرطة دبي كسب ثقة الجماهير ورفع مستوى الوعي في العمل الشرطي.

غير أننا يمكن أن نفسر ارتفاع نسبة الإجابة عن "تحسين مستوى رجل الشرطة " لدى المستوى التعليمي العالي دون غيره بمدى إحاطة هؤلاء علما بالمهام التي تؤديها أجهزة العلاقات العامة في أي مؤسسة مهما كان طابعها اقتصاديا ، اجتماعيا ، وحتى أمنيا من أجل خدمة الجمهورين الداخلي والخارجي حيث تسعى العلاقات العامة لتحسين وضع الجمهور الداخلي إذ تعمل في المؤسسات الأمنية على رفع الروح المعنوية و المستوى المادي للشرطي حد سواء لتكفل زيادة خدماته وتفانيه في واجباته[1] .

الأمر الذي يجهله من هم دون هذا المستوى التعليمي هذا ما نفسر به أخذ النسبة في الانخفاض كلما أخذ المستوى التعليمي في الانخفاض بنسبة (26,26 %) لدى الجامعيين وفقط (12,32 %) لدى من هم دون المستوى الجامعي .

وبتطبيق **كا2** لمعرفة مدى وجود فروق بين الفئات العمرية و التعليمية لعينة الدراسة على أرقام الجدول أعلاه وجدنا أن **كا2** المحسوبة تساوي **40.9** وهي أكبر من**كا2** الجدولية **26.29** تحت درجة حرية (16) عند مستوى الدلالة **0.05** نجد أن هناك فروق جوهرية بين فئات العينة في ما يتعلق بآراء الأفراد في حاجة الشرطة لجهاز خاص بالعلاقات العامة.

---

[1] محمد السباعي ، مرجع سابق ، ص 560.

يتضح من خلال الجدول (15) المتعلق بتعرض الأفراد للمنشورات والمجلات الأمنية كإحدى وسائل العلاقات العامة بالشرطة من عدمه ، أن (79,5 %) من المبحوثين لم يتعرضوا للمنشورات و المجلات الأمنية ،أما (20,5 %) فقد سبق لهم و تعرضوا للمنشورات والمجلات الأمنية .

تباينت نسب التعرض لهذه الوسائل بين المستويات التعليمية العالي والجامعي والأدنى من الجامعي وكذا بين الفئات العمرية لدى كل مستوى تعليمي ،حيث سجل المستوى التعليمي العالي أعلى نسبة تعرض إذ بلغت (60 %)، كما تقاربت في هذا المستوى التعليمي نسب التعرض بين الفئات العمرية حيث سجلت الفئة [20 -29[نسبة تعرض قدرها (66,66 %) تليها الفئة [40 - 49[بنسبة تعرض قدرت ب: (60 %) ،والفئة [30 - 39[بنسبة(57,14 %).

ونسبة تعرض أقل سجلها المستوى التعليمي الجامعي بلغت (24,44 %)، سجلت فيها الفئة [30 - 39[أعلى نسبة تعرض بلغت (28,57 %) تليها الفئة [20 - 29[بنسبة (25 %) فالفئة [40 - 49[بنسبة قدرها (10 %).

أما نسبة التعرض الأقل فقد سجلها المستوى التعليمي الأدنى من الجامعي حيث بلغت (7,77 %) الفئة [20 - 29[بنسبة تعرض تقدر ب (12,12 %) ثم الفئة [30 - 39[بنسبة (7,14 %) وأخيرا الفئة [40 - 49[بنسبة تعرض لم تبلغ سوى (3,44 %).

أما عن نسب عدم التعرض للمنشورات والمجلات الأمنية فقد سجل المستوى التعليمي الأدنى من الجامعي أكبر نسبة عدم تعرض بلغت (92,22 %)، مثلت فيه الفئة [40 - 49[أعلى نسبة لعدم التعرض قدرت ب (96,55 %) تليها الفئة [30 - 39[بنسبة عدم تعرض بلغت (92,25 %) ثم الفئة [20 - 29[بنسبة (87,87 %).

أما المستوى التعليمي الجامعي فقد سجل النسبة الوسطى لنسب عدم التعرض بين المستويات التعليمية الثلاث حيث بلغ (75,55 %)، و مثلت الفئة العمرية [40 - 49[لدى هذا المستوى التعليمي الجامعي أعلى نسبة (90 %) تليها الفئة [20 - 29[بنسبة (75 %) ثم الفئة [30 - 39 [بنسبة (71,42 %) .

بينما سجل المستوى التعليمي العالي أقل نسبة لعدم التعرض للمنشورات والمجلات الأمنية الصادرة عن جهاز العلاقات العامة بالشرطة حيث بلغت (40 %) إذ سجلت الفئة العمرية [30 - 39[أعلى نسبة لعدم التعرض بلغت (42,85 %) تليها نسبة تختلف اختلافا طفيفا للفئة [40 - 49[حيث بلغت (40 %)، وأخيرا الفئة [20 -29[بنسبة عدم تعرض بلغت (33,33 %).

يمكن تفسير ارتفاع نسبة عدم التعرض للمنشورات والمجلات الأمنية مقارنة بنسبة تعرض الأفراد لهذه الوسائل هو عدم اهتمامهم بهذه الوسائل أو عدم استعدادهم لاكتساب ثقافة أمنية اعتمادا على هذه الوسائل كما يمكن أيضا تفسير عدم تعرضهم لهذه الوسائل بعدم اقتناع أغلبهم بفاعلية هذه الوسائل .

إلا أن ما يلاحظ من خلال قراءتنا الإحصائية لبيانات الجدول أن التعرض قد كان حاضرا بقوة لدى المستوى التعليمي العالي مقارنة بقلة حضوره لدى المستوى التعليمي المنخفض فهذا إن دل على شيء فإنما يدل على مدى قناعة أصحاب المستوى التعليمي العالي بمدى أهمية التعرض للوسائل العلاقات العامة بالشرطة في تحسين ثقافتهم الأمنية وكذا رفع المستوى وعيهم الأمني وإن كان أصحاب المستوى التعليمي الأدنى من الجامعي هم أمس حاجة من هؤلاء في تحسين مستوى ثقافتهم الأمنية .

وبتطبيق **كا2** لمعرفة مدى وجود فروق بين الفئات العمرية و التعليمية لعينة الدراسة على أرقام الجدول أعلاه وجدنا أن **كا2** المحسوبة تساوي **31.33** وهي أكبر من**كا2** الجدولية **15.50** تحت درجة حرية (08) عند مستوى الدلالة **0.05** نجد أن هناك فروق جوهرية بين فئات العينة في ما يتعلق بالتعرض للمنشورات و المجلات الأمنية التوعوية.

يتضح من خلال الجدول (16) أعلاه والمتعلق بأسباب تعرض الأفراد للمنشورات والمجلات الأمنية أن رغبة الأفراد في رفع مستوى ثقافتهم الأمنية يمثل أقوى أسباب التعرض وذلك بنسبة (43,90 %) يليه سبب التعرض بغية الاطلاع على المواضيع الأمنية بنسبة (39,02 %) وكسبب سجل أقل نسبة (17,07 %) هو التعرض لهذه الوسائل كونها تتناول مواضيع مفيدة.

تباينت أسباب التعرض للمنشورات والمجلات الأمنية بين المستويات التعليمية حيث سجل سبب التعرض للمنشورات والمجلات الأمنية باعتبارها تتناول مواضيع مفيدة لدى المستوى التعليمي العالي (25 %) ولدى الفئة العمرية [40 - 49[في هذا المستوى التعليمي (33,33 %) تليها الفئة [30 - 39[ب: (25 %)، بينما انعدمت (0 %) نسبة التعرض لهذه الوسائل فيما يخص هذا السبب لدى الفئة العمرية [20 - 29[.

أما المستوى التعليمي الجامعي فقد سجل التعرض للمنشورات والمجلات الأمنية بسبب تناولها لمواضيع مفيدة نسبة اقل قدرها (18,18 %) ،و انعدمت النسبة (0%) لدى الفئة العمرية [40 - 49[لدى هذا المستوى التعليمي الجامعي، بينما سجلت الفئة [30 - 39[نسبة (12,5 %) والفئة [20 - 29[نسبة (23,07 %).

أما فيما يخص المستوى التعليمي الأدنى فقد سجل نسبة منعدمة (0 %) فيما يخص التعرض للمنشورات والمجلات الأمنية كونها تتناول مواضيع مفيدة .

فيما يخص التعرض للمنشورات والمجلات الأمنية من أجل رفع مستوى الثقافة الأمنية فقد سجل المستوى التعليمي الأدنى من الجامعي فيه أعلى النسب (71,42 %) وبنسبة (100 %)لدى الفئة العمرية [30 - 39[و نسبة (75 %) لدى الفئة [20 - 29[بينما انعدمت نسبة التعرض (0 %) لدى الفئة [40 – 49[.

أما المستوى الجامعي فقد سجل نسبة أقل قدرها (45,45 %) فيما يخص التعرض للمنشورات والمجلات الأمنية من أجل رفع مستوى الثقافة الأمنية ، حيث انعدمت النسبة (0%) لدى الفئة العمرية [40 - 49[وسجلت الفئة [30 - 39[نسبة (37,5 %) أما الفئة [20 - 29[سجلت (53,84 %) .

بينما سجل المستوى التعليمي العالي أقل نسبة فيما يخص التعرض للمنشورات والمجلات الأمنية لغرض رفع مستوى الثقافة الأمنية، حيث بلغت (25 %) بلغت لدى

الفئة العمرية [20 - 29[نسبة (50 %) ولدى الفئة [30 - 39[نسبة(25 %) وفقط نسبة (16,66 %) لدى الفئة [40 - 49 [.

غير أن المستوى التعليمي العالي قد سجل أعلى نسبة فيما يخص التعرض للمنشورات والمجلات الأمنية من أجل الاطلاع على المواضيع الأمنية وذلك بنسبة (50 %) حيث تساوت الفئات العمرية الثلاث في هذا المستوى التعليمي فيما يخص نسبة التعرض إذ بلغت كذلك (50 %) .

بينما سجل المستوى الجامعي نسبة تعرض أقل (36,36 %) للمنشورات والمجلات الأمنية باعتبارها تفتح لهم فرصة الاطلاع على المواضيع الأمنية فسجلت الفئة العمرية [40 - 49[أعلى نسبة (100 %) تليها الفئة [30 - 39 [بنسبة (50 %) فالفئة [20 - 29 [ب: (23,07 %).

ليسجل المستوى التعليمي الأدنى من الجامعي أقل نسبة تعرض للمنشورات والمجلات الأمنية للاطلاع على المواضيع الأمنية وقدرت ب (28,57 %)، حيث سجلت الفئة العمرية[40 - 49[أعلى نسبة (100 %) ثم الفئة [20 - 29 [بنسبة (75 %) بينما انعدمت النسبة (0 %) لدى الفئة العمرية [30 - 39[عند هذا المستوى التعليمي .

يمكن تفسير تسجيل سبب التعرض للمنشورات والمجلات الأمنية لأعلى النسب بين الأسباب الأخرى للتعرض هو مدى رغبة الأفراد في تحسين مستوى الثقافة الأمنية لديهم، هذا ما يظهر جليا بالنسبة للفئة ذات المستوى التعليمي الأدنى من الجامعي حيث سجلت أعلى نسبة فيما يخص التعرض للمنشورات والمجلات الأمنية من أجل تحسين مستوى الثقافة الأمنية الأمر الذي يحفز جهاز العلاقات العامة بالشرطة في تفعيل دوره من أجل تفعيل الإعلام الأمني والرسالة الأمنية في ظل هذا الاستعداد المتوفر لدى الأفراد لتقبل هذه الرسالة الشرطية.

أما الاطلاع على المواضيع الأمنية كسبب ثاني يؤكد رغبة هؤلاء في التعرض لوسائل العلاقات العامة بالشرطة و الاطلاع على مضامين وسائلها مما يعكس توفر أرضية سامحة بانتشار الرسائل الإعلامية الأمنية، أما عن ارتفاع نسبة التعرض لتلك الوسائل دوما بهدف الاطلاع على ما تحويه من مواضيع أمنية خاصة لدى المستوى التعليمي العالي فيعكس مدى شغف هؤلاء لمعرفة ما يحدث على الصعيد الأمني ورفع الرصيد المعرفي الأمني نظرا لما تمتاز به المعلومة الأمنية من قوة جذب مقارنة بمجالات الرسائل الإعلامية الأخرى.

إضافة إلى قدرة المواضيع الأمنية على خلق حالة فضول كبيرة لدى أوساط الجماهير نظرا لما تتميز به الرسائل الإعلامية الأمنية أو الإعلام الأمني عموما من خصوصية يستمدها من خصوصية الحدث الأمني و الموضوع الأمني و ما يكتنفه من اتساع و شمولية،و من حساسية نتائجه والآثار المترتبة على فعاليته ونشره، و كذا جماهيريته[1] .

وبتطبيق **كا2** لمعرفة مدى وجود فروق بين الفئات العمرية و التعليمية لعينة الدراسة على أرقام الجدول أعلاه وجدنا أن **كا2** المحسوبة تساوي **13.58** وهي أصغر من**كا2** الجدولية **26.29** تحت درجة حرية (16) عند مستوى الدلالة **0.05** نجد أنه لا توجد هناك فروق جوهرية بين فئات العينة في ما يتعلق بأسباب التعرض للمنشورات و المجلات الأمنية التوعوية.

---

[1] أديب خضور: الإعلام الأمني، مرجع سابق، ص 50.

يتضح من خلال الجدول (17) أعلاه المتعلق بزيارة المبحوثين للأبواب المفتوحة على الشرطة أو لمعارض و أسابيع السلامة المرورية من عدمه أن عدم الزيارة قد سجل أعلى نسبة (67 **%**) بينما سجلت نسبة الزيارة (33 **%**) .

تفاوتت النسب من مستوى تعليمي لآخر ومن فئة عمرية لأخرى حيث سجلت الإجابة بـ: "نعم" أعلى نسبة لدى المستوى التعليمي العالي وبلغت (60 **%**) حيث سجلت الفئة [30- 39 [في هذا المستوى التعليمي النسبة الأعلى (71.42 **%**)، ثم الفئة [20- 29[بنسبة (66.66 **%**)، وأخيرا الفئة (40- 49) بنسبة (50 **%**).

ليأتي بعد ذلك المستوى التعليمي الجامعي بنسبة (36.66 **%**) سجلت فيه الفئة العمرية [20- 29) أعلى نسبة (40.38 **%**)، تليها الفئة [30- 39 [بنسبة (35.71**%**) ثم الفئة [40- 49 [بنسبة (20 **%**) .

بينما سجل المستوى التعليمي الأدنى من الجامعي أدنى إجابة عن " نعم " وذلك بنسبة (23.33 **%**) حيث سجلت الفئة [20- 29 [أعلى نسبة (30.30 **%**) ثم الفئة [30- 39[بنسبة (21.42 **%**) وأخيرا الفئة [40- 49[بنسبة (17.24 **%**) فقط .

أما فيما يخص الإجابة بـ " لا " فقد سجلت أعلى نسبة لدى المستوى التعليمي الأدنى من الجامعي حيث بلغت (76.66 **%**) سجلت فيه الفئة [40- 49[أعلى نسبة (82.75 **%**) تليها الفئة **[**30- 39 [بنسبة (78.57**%**) وأخيرا الفئة **[**20- 29[بنسبة (69.69 **%**).

ليأتي بعد ذلك المستوى التعليمي الجامعي بنسبة(63.33 **%**) سجلت فيه الفئة العمرية [40- 49 [أيضا أعلى نسبة (80 **%**) تليها الفئة [30- 39[بنسبة (64.28 **%**) و أخيرا الفئة [20- 29[بنسبة (64.28 **%**) .
بينما سجل المستوى التعليمي العالي أقل نسبة من حيث الإجابة عن " لا " حيث بلغت (40 **%**) حيث سجلت الفئة العمرية [40- 49] كذلك أعلى نسبة (50 **%**) تليها الفئة [20- 29 [بنسبة (33.33 **%**) و أخيرا الفئة [30- 39 [بنسبة (28.57 **%**).

يمكن أن نفسر ارتفاع النسبة فيما يخص الإجابة بـ " لا " أي بعدم زيارة المبحوثين للأبواب المفتوحة على الشرطة أو لمعارض وأسابيع السلامة المرورية

مقارنة بنسبة الإجابة بـ " نعم " هو عدم اهتمام المبحوثين بهذا النوع من الفعاليات التي تنظمها المديرية العامة للأمن الوطني للتعريف بالعمل الشرطي.

كما يمكن أن نفسر ذلك بمدى نقص هذه الفعاليات إذ أنها فعاليات من مناسباتية تقام مرة أو مرتين في السنة حسب ما أطلعنا عليه مدير قسم العلاقات العامة بأمن ولاية سطيف ، ومنه فإن نقص هذه الفعاليات أو بالأحرى هذه الوسائل المعتمدة من قبل العلاقات العامة بالشرطة يحول دون استفادة الكثيرين منها [1] .

كما يلاحظ أن أصحاب المستوى التعليمي العالي هم الأكثر إقبالا على هذه الفعاليات بحكم الفضول العلمي لديهم مقارنة بتواضع إقبال من هم أدنى منهم مستوى .

وبتطبيق **كا2** لمعرفة مدى وجود فروق بين الفئات العمرية و التعليمية لعينة الدراسة على أرقام الجدول أعلاه وجدنا أن **كا2** المحسوبة تساوي **13.17** وهي أصغر من**كا2** الجدولية **15.50** تحت درجة حرية (08) عند مستوى الدلالة **0.05** نجد أنه لا توجد هناك فروق جوهرية بين فئات العينة في ما يتعلق بزيارة الأبواب المفتوحة على الشرطة أو لمعارض و أسابيع السلامة المرورية.

---

[1] **مقابلة مع السيد عبد الوهاب غوالي، مرجع سابق.**

يتضح من خلال الجدول (18) و المتعلق بأسباب زيارة المبحوثين للأبواب المفتوحة على الشرطة أو لمعارض و أسابيع السلامة المرورية أن سبب الزيارة من أجل اكتساب ثقافة مرورية قد سجل أعلى نسبة (58.66%)، يليه سبب الزيارة من أجل التعرف على العمل الشرطي بنسبة (22.66%) ، و إشباع الفضول كسبب أخير للزيارة وذلك بنسبة (18.66 %) .

فيما يتعلق بسبب الزيارة من أجل التعرف على العمل الشرطي فقد سجل أعلى نسبة لدى المستوى التعليمي العالي حيث بلغت (26.31 %) إذ سجلت الفئتان [30- 39 [و [20- 29 [النسبة نفسها (33.33%) تليها الفئة [40- 49] بنسبة (20 %).

ليأتي في المرتبة الثانية المستوى التعليمي الجامعي ليسجل نسبة تختلف اختلافا طفيفا عن المستوى العالي بنسبة (25.71%) ، حيث سجلت فئة [30- 39 [أعلى نسبة في هذا المستوى التعليمي حيث بلغت (33.33%) تليها فئة [20- 29[بنسبة (23.80%) بينما انعدمت النسبة (0%) لدى الفئة العمرية[40- 49] سنة .

أما فيما يخص المستوى التعليمي الأدنى من الجامعي فقد سجل أدنى نسبة (14.28%) حيث سجلت الفئة [40-49] أعلى نسبة (20 %)، تليها الفئة [30- 39 [بنسبة (16.66%) وأخيرا بنسبة (10 %) الفئة [20- 29 [.

و فيما يتعلق بسبب الزيارة من أجل اكتساب ثقافة مرورية فقد سجل أعلى نسبة لدى المستوى التعليمي العالي بنسبة (73.68%) إذ سجلت فيه الفئة [40- 49] أعلى نسبة (**80** %) بينما تساوت الفئتان [30- 39 [و [20- 29 [بنسبة قدرها (66.66%).

ليأتي بعد ذلك المستوى التعليمي الجامعي بنسبة (57.44%) سجلت فيه الفئة [40- 49] أيضا أعلى نسبة (100%)،تليها الفئة [20- 29 [بنسبة (57.14 %) ونسبة أقل نوعا ما (50%)بالنسبة للفئة [30- 39 [.

وأخيرا المستوى التعليمي الأدنى من الجامعي حيث بلغت النسبة لديه (47.61 %) سجلت فيه الفئة [30- 39 [أكبر نسبة (66.66%)، تليها الفئة [40- 49] بنسبة (60%) وأخيرا الفئة [20- 29 [بنسبة (30%).

أما فيما يتعلق بسبب الزيارة لمجرد إشباع الفضول فقد سجل المستوى التعليمي العالي نسبة منعدمة (0 %)، بينما سجل المستوى التعليمي الأدنى من الجامعي أعلى

نسبة (38.09%) سجلت في الفئة [20- 29 [أعلى نسبة (60%)، تليها الفئة [40- 49]بنسبة (20%) و أخيرا الفئة [30- 39 [بنسبة (16.66%).

ليأتي بعد ذلك المستوى الجامعي بنسبة (17.14%)، سجلت فيه الفئة [40- 49] نسبة منعدمة (0 %)، وسجلت الفئة [30- 39 [نسبة (16.66%) ثم الفئة [20- 29 [بنسبة(19.04%).

من خلال القراءة الإحصائية لنتائج الجدول أعلاه، يتضح أن " اكتساب ثقافة مرورية " هو السبب الأقوى من بين جملة الأسباب الدافعة بالأفراد لزيارة الأبواب المفتوحة على الشرطة أو لمعارض و أسابيع السلامة المرورية.

يمكن تفسير ذلك بمدى حاجة الأفراد لاكتساب ثقافة مرورية ومدى استعدادهم لتحسين مستوى معلوماتهم الأمنية وكذا توفر الرغبة لديهم وتطلعهم لذلك، هذا ما تعكسه النسبة المرتفعة (73.68%) لهذا السبب بالنسبة لأصحاب المستوى التعليمي العالي، كما يمكن إرجاع ذلك إلى بساطة و تواضع انتشار الرسائل الإعلامية الأمنية مما يجعل الأفراد في حاجة دائمة لاستقاء المعلومات الأمنية نظرا لعدم رواجها.

أما انخفاض نسبة إشباع الفضول كسبب آخر لزيارة الأبواب المفتوحة على الشرطة أو لمعارض و أسابيع السلامة المرورية لدرجة انعدامه فيما يخص المستوى التعليمي العالي فإنما يعكس مدى إحساس المبحوثين بأهمية وجدية هذه الفعاليات في تحسين مستوى وعيهم الأمني وكذا أمنهم المروري .

وبتطبيق **كا2** لمعرفة مدى وجود فروق بين الفئات العمرية و التعليمية لعينة الدراسة على أرقام الجدول أعلاه وجدنا أن **كا2** المحسوبة تساوي **18.43** وهي أكبر من**كا2** الجدولية **26.29** تحت درجة حرية (16) عند مستوى الدلالة **0.05** نجد أن هناك فروق جوهرية بين فئات العينة في ما يتعلق بأسباب زيارة الأبواب المفتوحة على الشرطة أو لمعارض و أسابيع السلامة المرورية.

يتضح من خلال الجدول (19) أعلاه و المتعلق بدرجة استفادة المبحوثين من تعرضهم لوسائل العلاقات العامة بالشرطة، أن من استفادوا " كثيرا " قد سجلوا أعلى نسبة بلغت (**56.89%**) تليها نسبة (**29.31%**) لمن استفادوا " نوعا ما " ، و أخيرا نسبة من لم يستفيدوا إلا " قليلا " بلغت(13.79%).

فيما يتعلق بالدرجة كثيرا فقد سجلت أعلى نسبة لدى المستوى التعليمي العالي (80%) إذ سجلت الفئة [20- 29 [فيه أعلى نسبة (**100%**)، تليها الفئة [40- 49] بنسبة (**77.77%**) وأخيرا الفئة [30- 39 [بنسبة (**75 %**).

ليأتــي بعده المستوى التعليمي الجامعي بنسبة (57.14%) و سجلت به الفئة [20- 29 [كذلك أعلى نسبة (58.82%)، تليها الفئة [40- 49] بنسبة (**66.66%**) و أخيرا الفئة [30- 39 [بنسبة (50%).

و أخيرا المستوى الأدنى من الـجامعي بنسبة (33.33%)حيث انعدمت النسبة (**0%**) لدى الفئة [40- 49] بينما سجلت الفئة [30- 39 [أعلى نسبة (**75 %**)و الفئة [20- 29 [أقل نسبة (**28.57 %**).

أما فيما يتعلق بالدرجة أحيانا فقد سجلت أعلى نسبة لدى المستوى التعليمي الأدنى من الجامعي قدرت هي الأخرى ب: (**33.33%**) سجلت فيه الفئة [30- 39 [نسبة منعدمة (**0 %**) بينما سجلت الفئة [40- 49] أعلى نسبة (**50 %**) و الفئة [20- 29 [أقل نسبة (**42.85 %**).

يليه المستوى الجامعي بنسبة (**32.14 %**) إذ سجلت الفئة [30- 39 [أعلى نسبة (**37.5 %**) تليها الفئة [40- 49] بنسبة (**33.33%**) أخيرا الفئة [20- 29 [بنسبة (29.41%).

يليه المستوى العالي بأقل بنسبة (**20 %**) سجلت فيه الفئة العمرية [20- 29 [بنسبة منعدمة (**0 %**) أما الفئة [30- 39 [فقد سجلت (**25 %**) تليها الفئة [40- 49] بنسبة (**22.22 %**).

و فيما يتعلق بالإجابة عن الدرجة " قليلا " فقد سجلت نسبة منعدمة لدى المستوى العالي ونسبة (**10.72 %**) لدى الجامعيين، و بأكبر نسبة بلغت (**33.33%**) لدى من هم أدنى من المستوى الجامعي .

يتضح من خلال القراءة الإحصائية لنتائج الجدول أن الأفراد الذين سبق و تعرضوا لوسائل العلاقات العامة بالشرطة قد حققوا درجة استفادة كبيرة، وضحتها النسبة التي سجلتها الإجابة عن الدرجة "كثيرا" (56.89%)، يمكن تفسير ذلك بمدى ترحيب الأفراد بمثل هذه الوسائل الاتصالية لأجهزة الشرطة من جهة، و من جهة ثانية فان ذلك يعكس جدا مدى جدية النشاط الاتصالي للعلاقات العامة بالشرطة و الهادف في الأساس إلى رفع مستوى الثقافة الأمنية للأفراد و توعيتهم.

كما يدل على نجاعتها في ذلك خاصة لدى من يملكون استعدادا مسبقا و رغبة حقيقة في الاستفادة ، هذا ما ينطبق على أصحاب المستوى التعليمي العالي نظرا لتحقيقهم أعلى نسبة (80%) من حيث تصريحهم باستفادتهم الكبيرة من هذه الوسائل في إطار تحسين ثقافتهم الأمنية،و على العكس من ذلك فان فئة أصحاب المستوى التعليمي الأدنى من الجامعي فقد أبدت نسبة استفادة ضئيلة من هذه الوسائل.

يمكن تفسير ذلك بعدم وجود استعداد فعلي للاستفادة أو قد يرجع السبب في أن انخفاض مستواهم التعليمي يحول دون الاستفادة المرجوة من وسائل العلاقات العامة بالشرطة رغم بساطة المضمون الإعلامي الأمني الذي يراعى فيه تنوع مستويات الجمهور الواسع للرسالة الإعلامية الأمنية.

يتضح هنا أن الخلل في ضئالة درجة الاستفادة لا يكمن في وسائل العلاقات العامة بالشرطة بقدر ما يكمن في المستوى التعليمي للأفراد و في درجة الاستعداد للاستفادة الفعلية من هذه الوسائل بالدرجة الأولى.

و يتضح عموما من خلال هذه القراءة الإحصائية لنتائج الجدول أن التعرض لوسائل العلاقات العامة قد ساهم بدرجة كبيرة في رفع مستوى الثقافة الأمنية للأفراد نظرا للاستعداد المسبق لديهم و لقيامهم بخطوة تتمثل في التعرض لهذه الوسائل الأمر الذي يزيد من عزيمة الشرطة في تفعيل الرسالة الإعلامية الأمنية باعتبارها تلقى صدى معتبر لدى الأفراد.

وبتطبيق **كا2** لمعرفة مدى وجود فروق بين الفئات العمرية و التعليمية لعينة الدراسة على أرقام الجدول أعلاه وجدنا أن **كا2** المحسوبة تساوي **15.26** وهي أصغر من**كا2** الجدولية **26.29** تحت درجة حرية (16) عند مستوى الدلالة **0.05** نجد أنه لا توجد هناك فروق جوهرية بين فئات العينة في ما يتعلق بعلاقة التعرض لوسائل العلاقات العامة بالشرطة و ارتفاع مستوى الثقافة الأمنية.

يتضح من خلال الجدول (20) أعلاه المتعلق بأسباب عدم تعرض الأفراد لوسائل العلاقات العامة بالشرطة أن السبب الأقوى تمثل في الجهل بوجود هذه الرسائل وذلك بنسبة (49.65 **%**) يليه عدم الفعالية بنسبة (28.96 **%**)، و أخيرا عدم الاهتمام بنسبة (21.37 **%**) .

فيما يتعلق بعدم الفعالية كسبب لإعراض الأفراد عن التعرض لهذه الرسائل فقد سجل أعلى نسبة لدى المستوى التعليمي العالي بنسبة (77.77 **%**) يليه المستوى الجامعي بنسبة (34.42 **%**) وبآخر نسبة المستوى الأدنى من الجامعي (18.66 **%**) .

أما فيما يتعلق بعدم الاهتمام فقد سجل أعلى نسبة لدى المستوى التعليمي الأدنى من الجامعي بنسبة قدرها (32**%**)، و بنسبة أقل (11.11**%**) لدى المستوى العالي، و بأقل نسبة(9 **%**) لدى المستوى الجامعي.

وفيما يخص الجهل بوجود هذه الوسائل كسبب آخر من أسباب عدم التعرض لها فقد سجل أعلى نسبة أيضا لدى المستوى الأدنى من الجامعي (53.33 **%**) و بنسبة أقل (50.31 **%**) لدى الجامعيين ، أما المستوى العالي فقد سجل أقل نسبة (11.11 **%**) حيث انعدمت فيه نسبة الفئتين العمريتين [20- 29] أيضا [30- 39] .

يمكن تفسير تسجيل سبب الجهل بوجود وسائل العلاقات العامة بالشرطة كأقوى أسباب عدم التعرض هو مدى تواضع هذه الوسائل من حيث العدد بحيث أنها تعجز عن تغطية الجمهور الواسع الراغب في تحسين مستوى ثقافته فالعيب لا يكمن في عدم فعاليتها بقدر ما يكمن في قلة و تواضع حجم وسائلها مما يجعل الكثيرين يجهلون حتى وجودها إذ يتعين على الشرطة تكثيف عدد هذه الوسائل و تنويعها بغرض تفعيل الرسالة الأمنية و تطوير الإعلام الأمني عموما.

أما عن تسجيل سبب الجهل بوجود هذه الوسائل لأعلى نسبة (53.33%) لدى المستوى الأدنى من الجامعي فيمكن تفسيره بأنه أمر طبيعي باعتبار أن المستوى التعليمي المنخفض للأفراد يقلل من فرص التعرض لهذه الوسائل و الذي يرجع في أغلب الأحيان لغياب الدافع و الاستعداد للتعرض للرسائل الأمنية، بينما يرفع المستوى التعليمي العالي من فرص التعرض و الاستفادة من تلك الوسائل كتواجد هؤلاء في المراكز الثقافية أو الخاصة بتنظيم فعاليات للمؤسسات الأمنية كدور الثقافة ببلادنا و ما ينظم بها من فعاليات و أسابيع إعلامية نذكر منها على سبيل المثال الأسابيع

الإعلامية للوقاية من حوادث المرور، مما يجعل هذه الوسائل معروفة لدى الفئات ذات المستويات التعليمية المرتفعة،و هذا ما تؤكد النسبة المنخفضة (11.11%) لعدم التعرض لتلك الوسائل بسبب الجهل بوجودها لدى المستوى التعليمي العالي.

أما عن تسجيل هذه الفئة التعليمية لأعلى نسبة (77.77%) لعدم التعرض للوسائل بسبب عدم الفعالية فانما يمكن تفسيره بمدى تطلع هؤلاء لرؤية أثر ملموس لهذه الوسائل التوعوية في تحسين مستوى الثقافة الأمنية للأفراد و لتحسين مستوى الأمن عموما و الأمن المروري بالأخص، ذلك لأن تطلعهم ذلك يصطدم بمرارة الواقع الأمني خاصة عبر الطرقات في ظل ما تشهده من تجاوزات و حوادث مميتة الأمر الذي يبرر حكمهم عن ضعف فعالية وسائل العلاقات العامة بالشرطة كمبرر لعدم التعرض، غير أن العلاقات العامة في الشرطة لن تتمكن بمفردها من تحسين مستوى الأمن دون استعداد مسبق للأفراد في تقديم جهود موازية.

وبتطبيق **كا2** لمعرفة مدى وجود فروق بين الفئات العمرية و التعليمية لعينة الدراسة على أرقام الجدول أعلاه وجدنا أن **كا2** المحسوبة تساوي **23.42** وهي أصغر من**كا2** الجدولية **26.29** تحت درجة حرية (16) عند مستوى الدلالة **0.05** نجد أنه لا توجد هناك فروق جوهرية بين فئات العينة في ما يتعلق بأسباب عدم التعرض لوسائل العلاقات العامة بالشرطة.

يتضح من خلال الجدول (21) أعلاه و المتعلق بتقييم المبحوثين لدور العلاقات العامة بالشرطة في التوعية المرورية باعتمادها على الوسائل السابق ذكرها أن تقييم دورها بأنه دور غير فعال قد سجل أعلى نسبة (**64.5%**)، يليه تقييم دورها بالمتواضع وذلك بنسبة (**22%**)، و أخيرا تقييم دورها بالفعال بنسبة (13.5%) فقط.

سجل المستوى التعليمي الأدنى من الجامعي أعلى نسبة (71.11%) فيما يخص تقييم الدور بأنه دور غير فعال، يليه المستوى العالي بنسبة (**60%**)، و بنسبة تختلف اختلافا طفيفا (**58.88%**) لدى المستوى الجامعي .

كما سجل تقييم الدور على أنه دور متواضع أعلى نسبة لدى المستوى العالي (**30%**) بينما تساوت النسبة بالنسبة للمستويين الجامعي و كذا الأدنى منه حيث بلغت (**21.11%**).

أما تقييم الدور بالفعال فقد سجل أعلى مستوى لدى الجامعيين بنسبة (**20%**) تليها نسبة المستوى العالي (**10%**) و أخيرا المستوى التعليمي الأدنى من الجامعي فقط بنسبة (**7.77%**).

يمكن تفسير تقييم دور العلاقات العامة بالشرطة في التوعية المرورية على أنه دور غير فعال باعتمادها على الوسائل المشار إليها سابقا، و تسجيله لأعلى نسبة (64.5%) من بين نسب التقييمات الأخرى لهذا الدور بأن هذا وثيق الصلة بـالوسائل المعتمدة ذاتها في إطار قيام الشرطة بهذا الدور الهادف لتوعية الأفراد أمنيا،إذ أن قلتها وعجزها عن تغطية الجـمهور الواسع جعل الكثيرين يحكمون على دور العلاقات العامة بالشرطة بعدم الفعالية ففي واقع الأمر فإن العلة لا تكمن في نوعية الرسالة الأمنية بل في تواضع حجم وسائلها مما يشعر الكثيرين بعدم فعاليتها.

وبتطبيق **كا2** لمعرفة مدى وجود فروق بين الفئات العمرية و التعليمية لعينة الدراسة على أرقام الجدول أعلاه وجدنا أن **كا2** المحسوبة تساوي **18.79** وهي أصغر من**كا2** الجدولية **26.29** تحت درجة حرية (16) عند مستوى الدلالة **0.05** نجد أنه لا توجد هناك فروق جوهرية بين فئات العينة في ما يتعلق بتقييمهم للدور التوعوي للعلاقات العامة بالشرطة .

يتضح من الجدول (22) أعلاه المتعلق باقتراحات المبحوثين لتطوير دور العلاقات العامة بالشرطة في التوعية المرورية أن اقتراح تكثيف حملات التوعية المرورية قد سجل أعلى نسبة (**53.04%**) يليه اقتراحهم لتكثيف و تنويع وسائل العلاقات العامة بنسبة (**20.43%**) اقتراحهم لتحسين مضمون الرسالة الأمنية .

ففيما يتعلق باقتراح تكثيف و تنويع وسائل العلاقات العامة فقد سجل أعلى نسبة لدى المستوى التعليمي العالي (**%34.37**) وبنسبة أقل (**%30.47**) لدى المستوى الجامعي و بأقل نسبة لدى المستوى الأدنى من الجامعي حيث بلغت نسبة (**%19.35**) **.**

أما فيما يخص اقتراح تكثيف حملات التوعية المرورية فقد سجل أعلى نسبة لدى المستوى الأدنى من الجامعي حيث بلغ(%62.36) وبنسبتين تكادان تتساويان بالنسبة للمستوى الجامعي (%46.66) و (%46.87) لدى المستوى العالي .

أما عن اقتراح تحسين مضمون الرسالة الأمنية فقد سجل أعلى نسبة (%22.85) لدى الجامعيين و بنسبتين تكادان تتساويان بالنسبة للمستوى التعليمي العالي (%18.75) و المستوى الأدنى من الجامعي بنسبة (%18.27).

يتضح أن تكثيف حملات التوعية من قبل العلاقات العامة بالشرطة هو الحل الأمثل في التوعية المرورية لتفادي وقوع أكبر قدر ممكن من الحوادث المرورية نظرا لمدى أهمية الحملات التوعوية في التقليص من حجم الحوادث بنشر الوعي الأمني لدى الأفراد حسب ما وضحته النسبة الأعلى لهذا الاقتراح و التي بلغت (%53.04) .

حيث توصل الدكتور **"جاسم خليل ميرزا "** في دراسة له بعنوان: **" دور الإعلام الأمني في مواجهة مشكلة حوادث المرور "**[1] التي أجريت بإمارة دبي في العشرية الأخيرة من 1990 و بداية سنة 2000 أن للإعلام الأمني دور فعال من خلال حملات التوعية المرورية في نشر التوعية المرورية والتخفيض من حوادث المرور.
حيث ظهر تأثير هذه الحملات في مجتمع الإمارات من خلال:

- انتشار الوعي بأهمية التعاون مع جهاز الشرطة و الالتزام بقواعد السير و المرور.
- تطبيق الدوائر الحكومية لإجراء الأمن والسلامة المرورية على مركباتها تماشيا مع هذه الحملات.

كما تم التأكيد على نجاح و فعالية حملات التوعية المرورية من خلال لغة الأرقام وفقا للإحصاءات التي وردت في دراسة الباحث منها:

- انخفاض نسبة حوادث المرور على الطرق السريعة بإمارة دبي من (%96.5) سنة 1955 إلى (58.2 %) سنة 2000 .

---

[1] جاسم خليل ميرزا: دور الإعلام الأمني في مواجهة مشكلة حوادث المرور، دراسة سابقة.

- انخفاض نسبة حوادث المرور عند التقاطعات الرئيسية لمدينة دبي من (6.7%) سنة 1955 إلى (5.1%) سنة 2000، الفترة التي واكبت الاستمرار في حملات التوعية الأمنية المرورية المكثفة من قبل شرطة إمارة دبي و تأثيرها التراكمي ، وهذا ما يتوافق مع ما توصلت إليه نتائج دراستنا في تسجيل اقتراح الحملات التوعوية لأعلى النسب نظرا لأهميتها حسب رأي المبحوثين في زيادة مستوى الوعي الأمني للأفراد من أجل تحسين الأمن المروري عموما و بالتالي التخفيض من حوادث المرور بانتشار الوعي المروري.

وبتطبيق **كا2** لمعرفة مدى وجود فروق بين الفئات العمرية و التعليمية لعينة الدراسة على أرقام الجدول أعلاه وجدنا أن **كا2** المحسوبة تساوي **14.89** وهي أصغر من**كا2** الجدولية **26.29** تحت درجة حرية (16) عند مستوى الدلالة **0.05** نجد أنه لا توجد هناك فروق جوهرية بين فئات العينة في ما يتعلق بآرائهم فيما يخص تطوير دور العلاقات العامة بالشرطة.

يتضح من خلال الجدول (23) أعلاه المتعلق بتوقعات الأفراد لمستوى الوعي المروري في ظل الدور الذي تؤديه العلاقات العامة بالشرطة في التوعية المرورية أن توقع تحسن مستوى الوعي المروري قد سجل أقل نسبة (19%) بينما سجل توقع الأفراد لثبات مستوى الوعي المروري أعلى نسبة قدرها (57%) أما توقع انخفاض هذا الدور فقد بلغت نسبته (24%) كنسبة وسطى.

حيث بلغ توقع التحسن أعلى نسبة لدى المستوى التعليمي العالي (65 %)، و بدرجة أقل لدى المستوى الأدنى من الجامعي (17.77%)و نسبة (13.33%) لدى المستوى الأدنى من الجامعي، بينما سجل توقع الثبات أعلى نسبة لدى المستوى الجامعي (58.88) وبنسبة أقل (55.55%) لدى المستوى الأدنى جامعي و بأقل نسبة سجلها المستوى العالي (25%).

أما عن توقع انخفاض مستوى الوعي المروري فقد سجل لدى المستوى الأدنى جامعي (31.11%) و نسبة أقل (23.33%) لدى الجامعيين ، وبنسبة (10%) فقط لدى المستوى العالي .

يمكن تفسير تسجيل توقع الأفراد لثبات الوعي المروري لأعلى النسب نظرا لما تشهده الطرقات اليوم من اختراقات للقوانين وعدم الالتزام بها لدى الكثير من الأفراد خاصة منهم فئة الشباب ومنه فإن ذلك يعكس مدى تواضع مستوى الوعي الأمني لهؤلاء ومنه صعوبة تحسين مستوى هذا الوعي لدى الأفراد في ظل عنادهم و صعوبة تقبلهم للنصيحة مما يجعل الكثيرين يعتقدون بأن تغيير القناعات و السلوكيات المرورية السلبية لبعض الأفراد أمرا معقدا بل و مستحيلا ومنه فإنهم يتوقعون ثبات الوعي المروري للأفراد على هذا الحال لذلك فقد سجل توقع تحسن هذا الدور بالمقابل أقل نسبة كنظرة تشاؤمية فرضها واقع السلوك المروري السيئ للكثيرين من مستعملي الطريق .
غير أن المستوى التعليمي العالي كاف لإعطاء نظرة تفاؤلية لتحسن مستوى الوعي المروري للأفراد في ظل دور العلاقات العامة بالشرطة في التوعية المرورية، حسب ما وضحته نسبة (65%) التي سجلها هذا المستوى التعليمي بالنسبة لتوقع التحسن و يمكن تفسير ذلك بدراية وقناعة هؤلاء بمدى أهمية الدور الذي تؤديه العلاقات العامة بالشرطة في رفع مستوى الوعي المروري للأفراد الذي من شأنه أن يفيد في تغيير و تحسين السلوك المروري للأفراد مع مرور الوقت.

وبتطبيق **كا2** لمعرفة مدى وجود فروق بين الفئات العمرية و التعليمية لعينة الدراسة على أرقام الجدول أعلاه وجدنا أن **كا2** المحسوبة تساوي **38.06** وهي أكبر من**كا2** الجدولية **26.29** تحت درجة حرية (16) عند مستوى الدلالة **0.05** نجد أن هناك فروق جوهرية بين فئات العينة في ما يتعلق بتوقعاتهم لمستوى الوعي المروري للأفراد في ظل دور العلاقات العامة في التوعية المرورية.

يتضح من خلال الجدول (24) أعلاه و المتعلق بتعرض المبحوثين لحادث مرور من عدمه أن نسبة التعرض قد بلغت (41.5%)، بينما سجلت نسبة عدم التعرض (58.5%).

اختلفت نسب التعرض لحادث مرور من عدمه بين المستويات التعليمية وكذا الفئات العمرية للمبحوثين حيث سجل المستوى الأدنى من الجامعي أكبر نسبة تعرض للحوادث بلغت نصف النسبة المئوية (50%) تليها نسبة المستوى الجامعي (40%) ثم المستوى العالي بنسبة (10%).

أما عن نسب عدم التعرض لحوادث مرورية فقد سجلت أعلى نسبة لدى المستوى التعليمي العالي (90%)، تليها نسبة (60%) لدى الجامعيين،و بنسبة (50%)لدى المستوى التعليمي الأدنى من الجامعي .

كما اختلفت نسب التعرض من عدمه لحادث مرور بالنسبة للفئات العمرية أيضا حيث سجلت الفئة العمرية [20 29 [ذات المستوى التعليمي الأدنى من الجامعي نسبة تعرض قدرت ب:(60.60%) وبنسبة (55.76%) دوما لنفس الفئة العمرية لدى الجامعيين، و بنسبة (33.33%) لدى المستوى التعليمي العالي.

يتضح من خلال القراءة الكمية لبيانات الجدول أن نسبة عدم التعرض للحوادث المرورية فاقت نسبة التعرض للحوادث بدرجة اختلاف طفيفة ، غير أنه ثمة نقطة يجب الوقوف عندها وهي نسبة التعرض للحوادث التي بلغت (41.5%) فرغم أنها تقل عن نسبة عدم التعرض للحوادث و البالغة (58.5%) إلا أن هذه النسبة لتعرض الأفراد للحوادث هي نسبة رهيبة تستدعي إعادة النظر في مسببات الظاهرة و طرق علاجها، كما يمكن تفسير هذه النسبة الرهيبة بواقع السلوك المروري للسائقين الداعي للقلق و الباعث للإسراع في تعديله .

إذ كان يفترض أن لا تتعدى نسبة التعرض لحوادث المرور (10%) كأقصى تقدير حتى يمكننا القول بأن مستوى الأمن المروري مقبول ومطمئن، أما مقاربة نسبة التعرض للحوادث لنصف النسبة المئوية فإنما يعكس مدى الخطورة التي تهدد الأمن المروري على مستوى طرقاتنا، مما يستدعي التفاتة حازمة و وقفة صارمة في وجه هاجس ما اصطلح على تسميته بإرهاب الطرقات في بلادنا .

أما في ما يخص الفئة العمرية [20 29 [فقد سجلت أعلى نسب التعرض لحوادث المرور لدى المستوى الجامعي، و بحدة أكبر لدى من هم دون المستوى الجامعي.

و تأكيدا على صحة وواقعية نتائج دراستنا **تشير آخر الإحصائيات** إلى أن الفئة العمرية الأقل من 25 سنة تمثل ما نسبته (40%) من المتوفين جراء وقوع حوادث مرورية، أما (75%) في هذه السن من المتوفين بسبب حوادث المرور هم من الذكور [1]

وبتطبيق **كا2** لمعرفة مدى وجود فروق بين الفئات العمرية و التعليمية لعينة الدراسة على أرقام الجدول أعلاه وجدنا أن **كا2** المحسوبة تساوي **29.63** وهي أكبر من**كا2** الجدولية **15.50** تحت درجة حرية (08) عند مستوى الدلالة **0.05** نجد أن هناك فروق جوهرية بين فئات العينة في ما يتعلق بتعرضهم لحوادث المرور.

[1] الأسبوع الإعلامي للوقاية من حوادث المرور، مرجع سابق.

يتضح من خلال الجدول (25) أعلاه و المتعلق بالتسبب في وقوع حادث المرور أن نسبة التسبب في الحادث بلغت (68.67%)، مقابل نسبة عدم التسبب فيه المقدرة ب: (31.32%).

بلغت نسبة التسبب في الحادث أعلى نسبة لدى المستوى التعليمي الأدنى من الجامعي حيث بلغت (73.33%) و سجلت به الفئة [20-29 [أعلى نسبة تسبب في الحادث بلغت (80%) ، وبنسبة تسبب في الحادث أقل بلغت (66.66%)لدى المستوى الجامعي، بينما انعدمت (0%) نسبة التسبب في الحادث لدى المستوى التعليمي العالي .

أما نسبة عدم التسبب في حادث المرور فقد سجلت أعلى نسبة لدى المستوى العالي (100%) تليها نسبة (33.33%) لدى الجامعيين، و بأقل نسبة (26.66%) لدى المستوى التعليمي الأدنى من الجامعي.

يتضح من خلال ما سجلته نتائج دراستنا أن نسبة تسبب الأفراد في حوادث المرور و التي بلغت (68.67%) أن الإنسان هو المتسبب الرئيسي في حوادث المرور من بين الأسباب الأخرى لوقوع الحوادث سواء ما تعلق منها بالأحوال الجوية، أو بالسيارة ، أو بحالة الطريق غير أنها تبقى ثانوية أمام تسبب الإنسان في حوادث المرور.

الأمر الذي يتوافق مع ما توصلت إلية دراسة ميدانية أجريت في فترة السبعينات بالجزائر من طرف الباحثين "**نور الدين دكار**" و "**عبد الجليل بوزعوشة**"، بعنوان: "**حوادث المرور في الجزائر**" [1] ،و التي دامت حوالي عشرية كاملة (من 1970 إلى 1979)، من أن الإنسان هو المتسبب الأول و الرئيسي في وقوع حوادث المرور بنسبة 82.1 % .

كما **تؤكد آخر الإحصائيات** من جانبها و المتعلقة بأسباب حوادث المرور بالنسبة لسنة 2009 على مستوى ولاية سطيف أن الإنسان هو المتسبب الأول في الوقوع في حوادث المرور ، و ذلك إثر وقوع (97) حادث مروري بسبب عدم احترام الأسبقية، و (136) حادث بسبب التجاوز الخطير و (342) حادث بسبب تجاوز السرعة المحددة ، و(14) حادث بسبب حالات السكر و (256) حادث آخر نتيجة أسباب أخرى كان الإنسان وراء حدوثها[2] .

---

[1] "نور الدين دكار" و "عبد الجليل بوزعوشة": حوادث المرور في الجزائر، دراسة سابقة.

[2] الدرك الوطني لأمن ولاية سطيف .

ومنه ما توصلت إليه دراستنا من نتائج توافق نتائج هذه الإحصاءات من حيث أن لإنسان هو المتسبب الرئيسي في وقوع الحوادث و توافق ما توصلت إليه الدراسة " حوادث المرور في الجزائر " للباحثين وكذلك بالنسبة للفئة العمرية [20-29 [لدى المستوى التعليمي الجامعي و الأدنى من الجامعي هذا الأخير الذي سجلت به الفئة العمرية (80%) للتسبب في الحوادث باعتبار أن الشباب هم الأكثر تسببا في الحوادث حسب ما تشير إليه آخر الإحصاءات .

وبتطبيق **كا2** لمعرفة مدى وجود فروق بين الفئات العمرية و التعليمية لعينة الدراسة على أرقام الجدول أعلاه وجدنا أن **كا2** المحسوبة تساوي **7.37** وهي أصغر من**كا2** الجدولية **15.50** تحت درجة حرية (08) عند مستوى الدلالة **0.05** نجد أنه لا توجد هناك فروق جوهرية بين فئات العينة في ما يتعلق بالتسبب في حوادث المرور.

يتضح من خلال الجدول (26) المتعلق بأسباب التعرض لحوادث المرور أن أقوى سبب وراء وقوع الحوادث هو عدم احترام الأفراد لقوانين المرور وذلك بنسبة فاقت نصف النسبة المئوية حيث بلغت (52.52%)، يليها سبب الأخطاء المرتكبة من قبل المستعملين الآخرين للطريق من السائقين بنسبة (21.42%) ، وبأقل نسبة (19.04%) خاصة بأسباب متعلقة بحالة الطريق و السيارة .

حيث سجل عدم احترام قوانين المرور كسبب في وقوع الحوادث أعلى نسبة لدى المستوى الأدنى من الجامعي (69.56%) سجلت فيه الفئة العمرية [20-29 [أعلى نسبة (76.19%)، يليه بنسبة أقل (50%) المستوى الجامعي ، أما المستوى العالي فقد سجل التعرض لحوادث المرور بسبب عدم احترام قوانين المرور نسبة منعدمة(0%).

أما عن الأخطاء المرتكبة من قبل الغير كسبب آخر لوقوع الحوادث فقد سجل أعلى نسبة (50%) لدى المستوى العالي،وبنسبة أقل (22.22%) لدى المستوى الجامعي ، بينما سجل المستوى الأدنى منه نسبة قدرها (19.56 %) .

بينما سجل سوء وظروف حالة الطريق و السيارة كسبب آخر لوقوع الحوادث أعلى نسبة لدى المستوى العالي أيضا وبلغت كذلك (50%)، يليه المستوى الجامعي بنسبة (27.77%)، فالمستوى الأدنى منه بنسبة (10.86) .

يتضح من خلال القراءة الإحصائية لبيانات الجدول أن عدم احترام قوانين المرور هو السبب الأقوى وراء وقوع الحوادث مما يعكس قلة احترام الأفراد لقواعد السير الحسن، يليه الأخطاء المرتكبة من قبل الغير و الذي سجل اعلي نسبة لدى المستوى التعليمي العالي قدرت ب: (50%) و يمكن تفسير ذلك بأن أصحاب هذا المستوى التعليمي العالي رغم احترامهم لقوانين المرور من خلال ما تؤكد عليه النسبة المنعدمة لتعرضهم للحوادث نتيجة اختراق القوانين، إلا أن ذلك لا يحميهم من تهور السائقين الآخرين على اختلاف فئاتهم من تحمل أخطاء يرتكبها هؤلاء، و منه نستنتج أن الاستعمال الحسن للطريق ليس مسؤولية فردية بل هو مسؤولية جماعية كل سائق فيها معني بتحمل طرف من هذه المسؤولية.

لتأتي في الأخير الأسباب المتعلقة بحالة الطريق و السيارة في وقوع الحوادث، يمكن أن نرجع نسبة (19.04) إلى طبيعة عينة الدراسة الحصصية و التي وزعت فيها الاستمارات بالتساوي بين المقيمين داخل المدينة و المقيمين خارجها و قد ترجع في العموم نسبة وقوع الحوادث بسبب سوء حال الطريق و السيارة للمقيمين خارج المدينة نتيجة خلل ميكانيكي أو جراء خروج الحيوانات و مرورها خاصة خارج المدينة.

ومنه فإن النتائج المتوصل إليها في دراستنا تتوافق نسبيا مع **آخر إحصاءات لأسباب الحوادث** لسنة 2009 إذ يمثل عدم احترام قانون المرور السبب الأول وراء وقوع الحوادث اثر وقوع أزيد من 589 حادث مرور جسماني، وتمثل حالة الطرق والسيارات السبب الثاني للوقوع الحوادث حيث وقعت (4) حوادث في سنة 2009 بولاية سطيف بسبب عدم صلاحية الطريق ، و وقوع (1) حادث واحد نتيجة عدم وجود علامات المرور، و(56) حادث مرور بسبب خلل ميكانيكي، و (16) حادث بسبب مرور الحيوانات ....وغيرها من الأسباب ، الأمر الذي نجم عنه وقوع 1200 حادث جسماني [1].

وما يؤكد نتائج دراستنا من حيث واقعيتنا هو **ما أكد عليه علماء النفس** من حيث اعتبار عدم احترام قانون المرور سببا رئيسيا وراء وقوع الحوادث إلى حد اعتبار النفس لهؤلاء السائقين بمثابة عصابة قائمة ضد قانون المرور و التمدن معا ، ودليلهم على أن بنود هذا القانون لا تحترمه إلا أقلية ، وعلى هذا الأساس تعتبر عائقا لحركة المرور من طرق الأغلبية التي ينظر إليها نظرة مشمئزة لما يصعب احتقارها بصفة علنية. [2]

وبتطبيق **كا2** لمعرفة مدى وجود فروق بين الفئات العمرية و التعليمية لعينة الدراسة على أرقام الجدول أعلاه وجدنا أن **كا2** المحسوبة تساوي **23.67** وهي أصغر من**كا2** الجدولية **26.29** تحت درجة حرية (16) عند مستوى الدلالة **0.05** نجد أنه لا توجد هناك فروق جوهرية بين فئات العينة في ما يتعلق بأسباب تعرضهم لحوادث المرور.

---

[1] الدرك الوطني لأمن ولاية سطيف.حسين

[2] حسين ،ج : " عندما لا يحترم السائق قانون المرور " ، مجلة الوقاية و السياقة ،1999 ،ص40.

يتضح من الجدول أعلاه (27) المتعلق بموقف الأفراد من مآسي حوادث المرور أن شعور الأفراد بالتأسف على السلوك المروري للسائقين قد سجل أعلى نسبة (62.10%)، يليه بنسبة أقل (35.93%) إحساسهم بالمسؤولية أكثر، أما عدم المبالاة فقد سجل نسبة كادت تكون معدومة (1.95%).

حيث بلغت نسبة الإحساس بالمسؤولية أعلى نسبة (42.34%) لدى الجامعيين، تليها نسبة (40.81%) لدى المستوى العالي، وبنسبة هي الأقل (26.04%) لدى من هم دون المستوى الجامعي.

أما فيما يخص نسبة الشعور بالأسف على السلوك المروري للسائقين فقد سجلت أعلى النسب لدى المستويات التعليمية الثلاث و بأعلى نسبة (68.75 %) لدى المستوى الأدنى من الجامعي تليها نسبة (59.18%) لدى المستوى العالي ، ثم نسبة (57.65 %) لدى الجامعيين حيث كانت النسب متقاربة بينهم .

أما عن نسبة عدم المبالاة لمآسي حوادث المرور فقد انعدمت عند كل من المستوى العالي و المستوى الجامعي بينما نسبة طفيفة (5.20%) لدى المستوى الأدنى من الجامعي

يمكن تفسير النسبة الطفيفة التي سجلها موقف اللامبالاة بمآسي حوادث المرور بمدى ارتفاع مستوى الحس الأمني للأفراد وكذا وعيهم بما تشهده الطرقات من حوادث مؤلمة ، كما تؤكده النسبة المنعدمة لهذا الموقف لدى أصحاب المستوى التعليمي العالي كونهم على درجة كبيرة من الوعي بمدى خطورة الوضع الأمني المروري، الأمر الذي يبرر ارتفاع نسبة إحساس المبحوثين على اختلاف مستوياتهم التعليمية و شعورهم بالأسف على السلوك المروري للسائقين المقدرة ب:(62.10%) وتسجيلها لأعلى نسبة من بين نسب مواقف المبحوثين من مآسي الحوادث و على ما آلت إليه حالة طرقاتنا اليوم .

وبتطبيق **كا2** لمعرفة مدى وجود فروق بين الفئات العمرية و التعليمية لعينة الدراسة على أرقام الجدول أعلاه وجدنا أن **كا2** المحسوبة تساوي **58.88** وهي أكبر من**كا2** الجدولية **26.29** تحت درجة حرية (16) عند مستوى الدلالة **0.05** نجد أن هناك فروق جوهرية بين فئات العينة في ما يتعلق بالحالة الشعورية لهم من مآسي حوادث المرور.

يتضح من خلال الجدول (28) أعلاه و المتعلق بأسباب تصنيف سنة 2009 السنة الأكثر دموية بالنسبة لحوادث المرور في رأي المبحوثين أن عدم الالتزام بقوانين المرور قد حاز على أعلى نسبة (59.07%)، يليه نقص الوعي المروري بنسبة أقل (28.69 %)، وغياب الحس الأمني بنسبة قليلة (12.23%).

حيث سجل نقص الوعي المروري النسبة الأعلى (40%) لدى المستوى العالي، و بنسبة أعلى لدى الفئة[40-49] قدرت بـ(40%) أيضا ، يليه المستوى الجامعي بنسبة (29.24%)، وبآخر نسبة (23.95%) لدى من هم دون ذلك المستوى .

أما عن غياب الحس الأمني فقد سجل أعلى نسبة لدى المستوى التعليمي الأدنى من الجامعي (14.58%)، يليه المستوى الجامعي بنسبة (11.32%)، أما المستوى العالي فقد سجل نسبة (8.57%).

أما فيما يتعلق بعدم الالتزام بقوانين المرور فقد سجل أعلى نسبة لدى المستوى التعليمي الأدنى من الجامعي قدرت بـ (61.45%) سجلت فيه الفئة العمرية [20-29 [أعلى نسبة(62.85 %)،يليه المستوى الجامعي بنسبة (59.43%) و أخيرا المستوى العالي بنسبة (51.42%).

يمكن أن نفسر ارتفاع نسبة عدم الالتزام بقوانين المرور مقارنة بالأسباب الأخرى لتصنيف 2009 السنة الأكثر دموية بالنسبة لحوادث المرور حسب نتائج دراستنا هو تحدث المبحوثين بصراحة عما تشهده الطرقات اليوم من تجاوزات إذ بات اختراق القوانين في نظر الكثيرين أمرا عاديا بل اضطراريا في بعض الأحيان من أجل الفلات من الازدحام المروري أو الوصول في وقت قياسي للمكان المرغوب.

هذا ما تؤكده الإحصائيات، التي تفيد بأن عدد الحوادث في ارتفاع مستمر بداية من سنة 2007 إلى غاية 2010 بسبب عدم احترام قوانين المرور ، **فحسب إحصائيات أمن ولاية سطيف** سجلت مخالفات قانون المرور سنة 2007 (3504) مخالفة وسنة 2008 سجلت (3868) مخالفة أما سنة 2009 فسجلت (4464) مخالفة بولاية سطيف .

أما عن حجم الحوادث حسب إحصائيات ذات المصدر فإن سنة 2007 قد سجلت حوادث على مستوى ولاية سطيف دوما نتيجة عدم احترام قوانين المرور (762) حادث جرح إثره (822) شخصا وقتل 29 شخصا ، ليرتفع حجم الخسائر سنة 2008 إلى (802) حادث و جرح (839)و وفاة 19 شخص ، بينما سجلت سنة 2009 خسارة أكبر بعدد حوادث قدر بـ: (883) جرح إثرها (907) شخص وراح ضحيتها 27 شخص، لتسجل

سنة 2010 قبل انقضائها بعد أي في ظرف 6 أشهر أو أقل (169) حادث مرور جرح إثره (185) وقتل 8 أشخاص [1].

وبتطبيق **كا2** لمعرفة مدى وجود فروق بين الفئات العمرية و التعليمية لعينة الدراسة على أرقام الجدول أعلاه وجدنا أن **كا2** المحسوبة تساوي **32.2**وهي أكبر من**كا2** الجدولية **26.29** تحت درجة حرية (16) عند مستوى الدلالة **0.05** نجد أن هناك فروق جوهرية بين فئات العينة في ما يتعلق بآرائهم حول أسباب تصنيف 2009 كسنة أكثر دموية بالنسبة لحوادث المرور.

[1] أمن ولاية سطيف اختصاص مناطق حضرية

يتضح من خلال الجدول (29) أعلاه و المتعلق بإطلاع المبحوثين على قانون المرور الجديد من عدمه أن نسبة (66%) كانت من نصيب من أجابو بـ "لا " أي بعدم إطلاعهم عن فحوى قانون المرور بينما سجلت نسبة أقل (34%) بالنسبة لمن اطلعوا عليه .

حيث سجلت أعلى نسبة للاطلاع على القانون (80%) لدى المستوى العالي، تليها نسبة (40%)لدى المستوى الجامعي، و أقل نسبة إطلاع بلغت (17.77%) لدى المستوى الأدنى من الجامعي.

أما أعلى درجة عدم الاطلاع فقد سجلتها النسبة (82.22%) لدى المستوى التعليمي الأدنى من الجامعي ، ليأتي فيما بعد المستوى الجامعي بنسبة عدم إطلاع بلغت (60%) وبأقل نسبة عدم إطلاع (40%) سجلها المستوى العالي.

كما سجلت الفئة العمرية [20-29 [أعلى نسب عدم اطلاع في المستوى التعليمي الجامعي بنسبة (61.53%) وكذا نسبة (33.33%) لدى المستوى العالي .

نستنتج من خلال القراءة الإحصائية لبيانات الجدول أن ارتفاع نسبة عدم الاطلاع على قانون المرور الجديد مقارنة بنسبة الاطلاع المتواضعة عليه أنها وراء ارتفاع حجم المخالفات و بالتالي حدة حوادث المرور ، كما يلاحظ أن أصحاب المستوى العالي قد سجلوا نسبة جد معتبرة من حيث الاطلاع على القانون بلغت: (80%)، بينما تأخذ نسبة الاطلاع في الانخفاض بانخفاض درجة المستوى العلمي يمكن تفسير ذلك و إرجاعه إلى أن الأفراد في هذا المستوى على قناعة كبيرة بمدى ضرورة الوعي بهذه القوانين و بمستجداتها من أجل تجنب مخالفتها وكذا تجنب التسبب في حوادث مرورية .

و على العكس من ذلك فقد بينت نتائج الجدول أن من هم دون المستوى الجامعي قد سجلوا نسبة عدم اطلاع قدرت ب: (82.22%) الأمر الذي نفسر به ارتفاع نسبة تسببهم في حوادث المرور بنسبة (73.33%) حسب ما قد سبق و وضحته نتائج الجدول رقم (25) المتعلق بتسبب الأفراد في حوادث المرور.

وبتطبيق **كا2** لمعرفة مدى وجود فروق بين الفئات العمرية و التعليمية لعينة الدراسة على أرقام الجدول أعلاه وجدنا أن **كا2** المحسوبة تساوي **50.84** وهي أكبر من**كا2** الجدولية **15.50** تحت درجة حرية (08) عند مستوى الدلالة **0.05** نجد أن هناك فروق جوهرية بين فئات العينة حول اطلاعهم على قانون المرور الجديد.

يتضح من خلال الجدول (30) أعلاه المتعلق بآراء المبحوثين في العقوبات الحالية لمخالفي قانون المرور أن أعلى نسبة سجلها اعتبار هذه العقوبات بالقاسية جدا وذلك بنسبة (65%)، تليها بنسبة أقل اعتبارها بالملائمة (23%)،أما اعتبار هذه العقوبات بالمناسبة جدا فقد سجل أقل نسبة (12%) حسب رأي المبحوثين.

ولقد سجل اعتبار العقوبات بأنها مناسبة جدا أقل نسبة لدى المستوى الأدنى من الجامعي بنسبة (5.55%) وبنسبة أكبر نوعا ما (7.77%)سجلها المستوى الجامعي أما المستوى العالي فقد سجل أعلى نسبة (60%).

أما فيما يتعلق باعتبار العقوبات بالملائمة فقد سجل أعلى نسبة (30%) كذلك لدى المستوى العالي، يليه المستوى الجامعي بنسبة (27.77%) ،وبأقل نسبة (16.66%)للمستوى الأدنى جامعي.

بينما سجل هذا الأخير أعلى نسبة (77.77%) فيما يخص اعتبار العقوبات بالقاسية جدا ، تليه نسبة (64.44%) للمستوى الجامعي ، و بأقل نسبة (10%) فقط للمستوى العالي .

يمكن أن نستنتج بأن اعتبار المبحوثين للعقوبات الحالية للمخالفين بأنها عقوبات قاسية جدا بأنه الرأي الغالب و ذلك ما أثبتته نسبة (65%)، حيث يعكس ذلك مدى صرامة القانون الجديد المتعلق بتنظيم حركة المرور وما فرضه من ردع ومن عقوبات بالغة لمخالفيه سواء بالنسبة للسائقين و أيضا الراجلين على حد سواء، أما عن تسجيل اعتبار العقوبات الحالية لقانون المرور بالمناسبة جدا لأعلى نسبة (60%) لدى المستوى التعليمي العالي يمكن تفسير ذلك بأن الأفراد في هذا المستوى على قناعة تامة بأن الوضع المزري لمستوى الأمن المروري عبر الطرق لن يفيد في الإسراع بتحسينه إلا القوانين الصارمة و الرادعة و العقوبات الثقيلة الملقاة على عاتق مخالفيه .

وبتطبيق **كا2** لمعرفة مدى وجود فروق بين الفئات العمرية و التعليمية لعينة الدراسة على أرقام الجدول أعلاه وجدنا أن **كا2** المحسوبة تساوي **68.1** وهي أكبر من**كا2** الجدولية **26.29** تحت درجة حرية (16) عند مستوى الدلالة **0.05** نجد أن هناك فروق جوهرية بين فئات العينة فيما يخص تقييمهم للعقوبات الحالية لمخالفي قانون المرور الجديد.

يتضح من خلال الجدول (31) والمتعلق باقتراح المبحوثين حول الطريقة المثلى لترسيخ قناعة احترام قوانين المرور أن ترسيخ هذه القناعة طوعا عن طريق التوعية قد سجل أعلى نسبة (44.28 %)، يليه ترسيخها من خلال تعلم الأفراد والتزامهم بثقافة احترام قوانين المرور بنسبة (28.57 %)، وكآخر اقتراح لترسيخ قناعة احترام المرور هو ترسيخها كرها بغرض العقوبة على المخالف وذلك بنسبة (27.14 %)، التي تكاد تتساوى مع ترسيخ هذه القناعة من خلال تعلم الأفراد لثقافة احترام القوانين المتعلقة بالسلامة المرورية و الالتزام بها .

حيث سجل اقتراح المبحوثين لترسيخ قناعة احترام قوانين المرور طوعا عن طريق التوعية أعلى نسبة لدى المستوى التعليمي العالي (62.06 %)، يليه المستوى الجامعي بنسبة (57.14 %)، فالمستوى الأدنى من الجامعي بنسبة (25.55%).

غير أن هذا الأخير قد سجل أعلى نسبة (51.11 %) بالنسبة لترسيخ قناعة احترام قوانين المرور كرها بفرض العقوبة على المخالف،يليه المستوى الجامعي بنسبة أقل (10.98%)، أما المستوى العالي فقد سجل فقط (3.44 %).

وفيما يخص اقتراح تعلم الأفراد لثقافة احترام قوانين المرور والتزامهم بها فقد سجل أعلى نسبة لدى المستوى العالي (34.48 %)، وبنسبة أقل (31.86 %) لدى المستوى لجامعي ، ثم المستوى الأدنى بنسبة (23.33 %).

أما فيما يتعلق بالفئات العمرية فقد اختلفت هي الأخرى في المستويات التعليمية الثلاث، حيث سجلت الفئة [20-29[لدى المستويين العالي و الأدنى من الجامعي نسبا شديدة الاختلاف بالنسبة لاقتراح ترسيخ قناعة احترام المرور كرها بفرض العقوبة على المخالف ، حيث سجلت هذه الفئة العمرية في المستوى العالي نسبة منعدمة (0%) بينما سجلت ذات الفئة العمرية في المستوى التعليمي الأدنى من الجامعي نسبة معتبرة قدرت ب: (63.63%) .

يمكن تفسير ذلك بأن الأفراد الذين يتمتعون بمستوى تعليمي راقي يستهجنون أسلوب الترهيب في ترسيخ قناعة احترام المرور و يرحبون بأسلوب الترغيب القائم على التوعية و التحسيس ذلك ما تؤكده نسبة (62.06%) فيما يخص اقتراح ترسيخ تلك القناعة عن طريق التوعية، في حين يرى من يتمتع بمستوى تعليمي منخفض أن أسلوب الكره و الإرغام هو الأنفع ذلك كون هؤلاء لا يعون مدى نجاعة أسلوب الترغيب في ترسيخ القناعات و تعديل السلوكيات مقارنة بأسلوب الترهيب.

كما يمكن تفسير تسجيل المبحوثين لاقتراح ترسيخ قناعة احترام القوانين عن طريق التوعية لأعلى نسبة(44.28%) من بين الاقتراحات الثلاث هو ارتفاع معدل استعداد الأفراد لتحسن مستوى الوعي الأمني لديهم الأمر الذي يفتح فرصا ثمينة أمام العلاقات العامة بالشرطة إنجاح رسالتها الأمنية باعتبار أن المواطن يفضل أسلوب الترغيب كأسلوب أسبق وأفضل في توعية من أسلوب الترهيب بغرض العقوبة القاسية على المخالف لردعه والذي لوحظ أنه سجل بنسبة أقل بينما سجل أسلوب تعلم الأفراد لهذه الثقافة وتحسين مستوى ثقافتهم المنية بنسبة أعلى .

وبتطبيق **كا2** لمعرفة مدى وجود فروق بين الفئات العمرية و التعليمية لعينة الدراسة على أرقام الجدول أعلاه وجدنا أن **كا2** المحسوبة تساوي **57.1** وهي أكبر من**كا2** الجدولية **26.29** تحت درجة حرية (16) عند مستوى الدلالة **0.05** نجد أن هناك فروق جوهرية بين فئات العينة فيما يتعلق بآرائهم حول الطريقة المثلى لترسيخ قناعة احترام قوانين المرور.

يتضح من خلال الجدول (32) والمتعلق بأسباب سوء السلوك المروري للسائقين حسب رأي المبحوثين أقوى الأسباب وراء هو لامبالاة الأفراد وذلك بأعلى نسبة بلغت (53 %)، يليها نقص حملات التوعية المرورية بنسبة (31.5 %)، وأخيرا ضعف دور العلاقات العامة بالشرطة بنسبة (15.5 %).

حيث سجل ضعف دور العلاقات العامة بالشرطة النسبة الأعلى لدى المستوى التعليمي العالي بلغت (35.29%)،تليها و بنسبة أقل (22.22 %) للمستوى الجامعي، وبأقل نسبة (5.55 %) المستوى الأدنى منه .

أما عن نقص حملات التوعية المرورية فقد سجل هو الآخر أعلى نسبة (35.92 %) كذلك لدى المستوى العالي وبنفس النسبة التي سجلها ضعف دور العلاقات العامة بالشرطة في هذا المستوى التعليمي يليه المستوى الجامعي بنسبة (33.33 %) و أخيرا بنسبة أقل (30 %) المستوى الأدنى من الجامعي .

بينما سجل هذا المستوى التعليمي الأخير أعلى نسبة فيما يخص لامبالاة الأفراد كسبب لسوء المروري بلغت (64.44 %)، تليها بنسبة أقل (44.44 %) للمستوى الجامعي ، و بأقل نسبة (29.41%) للمستوى العالي .

يمكن تفسير ارتفاع نسبة لامبالاة الأفراد كسبب من أسباب سوء السلوك المروري للأفراد بأنه نظرة واقعية عن ما يلاحظه يوميا مستعملو الطرق من استهتار بعض السائقين ورعونتهم في الاستهزاء بأرواحهم وأرواح الآخرين، أما نقص حملات التوعية كسبب ثاني فيرجع لتواضع التجربة الإعلامية الأمنية في بلادنا إذ لا تزال في أولى خطواتها مما يعرقل من تنظيم هذه الحملات رغم ما تأتي به من فائدة مباشرة في نشر الوعي الأمني و كذا في الحد من حوادث المرور كما سبقت الإشارة إليه في تحليلنا لنتائج الجدول رقم (22).

أما عن دور العلاقات العامة بالشرطة واعتباره بالضعيف فقد سجل نسبة منخفضة ما يفسر قيام الشرطة بدور في تحسين السلوك المروري للأفراد من أجل تحسين أكبر قدر ممكن للأمن المروري عبر الطرق إلا أن تواضع الوسائل وقلتها يحول دون فعالية هذا الدور .

وبتطبيق **كا2** لمعرفة مدى وجود فروق بين الفئات العمرية و التعليمية لعينة الدراسة على أرقام الجدول أعلاه وجدنا أن **كا2** المحسوبة تساوي **28.93** وهي أكبر من**كا2** الجدولية **26.29** تحت درجة حرية (16) عند مستوى الدلالة **0.05** نجد أن هناك فروق جوهرية بين فئات العينة فيما يتعلق بآرائهم حول الطريقة المثلى لترسيخ قناعة احترام قوانين المرور.

يتضح من خلال الجدول (33) المتعلق بتقييم المبحوثين لدور العلاقات العامة بالشرطة في تحسين مستوى السلوك المروري للأفراد أن تقييمهم للدور بأنه دور ضعيف قد سجل أعلى نسبة (56.5 %) يليه تقيم الدور بالمتواضع بنسبة أقل(30 %) ، وبأقل نسبة (13.5 %) تقييم الدور بالفعال .

حيث سجل تقييم الدور بالضعيف أعلى نسبة (63 %) لدى المستوى الأدنى من الجامعي تليه نسبة (58.88 %) للمستوى الجامعي ، و بأقل نسبة (15 %) فقط سجلها المستوى العالي.

أما عن تواضع الدور فقد سجل أعلى نسبة لدى المستوى العالي (35 %) وبنسبة أقل (30 %) المستوى الأدنى جامعي، و أخيرا ونسبة (28.88 %) لدى المستوى الجامعي .

يمكن تفسير اعتبار المبحوثين لدور العلاقات العامة بأنه دور ضعيف بنسبة (65.59%) كأعلى نسبة في تحسين السلوك المروري للأفراد ، انطلاقا من النظرة التشاؤمية للأفراد حول واقع السلوك السيئ للأفراد على مستوى الطرقات كما سبق ووضحه الجدول (32) ومنه فإن الواقع السيئ لمستوى السلوك المروري يجعل دور العلاقات العامة يبدو في نظر الكثيرين على ذلك الحال.

غير أنه و في حقيقة الأمر أن سوء السلوك المروري لا يرجع لضعف دور العلاقات العامة كما توصلنا إليه من قيل في نتائج دراستنا بل إن عدم مبالاة الأفراد هو السبب الأقوى ومنه فإن العلاقات العامة بالشرطة تؤدي دورا لا بأس به و إن كان عبر وسائل متواضعة إلا أن لامبالاة البعض واستهتارهم وعدم مسؤوليتهم الأمنية يحول دون تحسن مستوى سلوكهم الأمني المروري، فالعلة تكمن هنا ولا تكمن في الدور الذي تؤديه العلاقات العامة بالشرطة حتى بات للأسف ضعيفا في نظر الكثيرين .

وبتطبيق **كا2** لمعرفة مدى وجود فروق بين الفئات العمرية و التعليمية لعينة الدراسة على أرقام الجدول أعلاه وجدنا أن **كا2** المحسوبة تساوي **36.78** وهي أكبر من**كا2** الجدولية **26.29** تحت درجة حرية (16) عند مستوى الدلالة **0.05** نجد أن هناك فروق جوهرية بين فئات العينة فيما يتعلق بتقييمهم لدور العلاقات العامة بالشرطة في تحسين السلوك المروري للأفراد.

يتضح من خلال الجدول (34) المتعلق بدور العلاقات العامة بالشرطة في تحسين الأمن المروري من خلال دورها التوعوي أن نسبة من يعتقدون بأن العلاقات العامة بالشرطة لا تؤدي دورا في تحسين الأمن المروري قد سجلت النسبة الأعلى (66%) ، وبنسبة أقل (34 %) للإجابة بـ " نعم " أي باعتقاد أدائها لدور في تحسين الأمن المروري .

حيث بلغت أعلى نسبة للإجابة بـ " نعم " لدى المستوى التعليمي العالي (65%) يليه المستوى الجامعي بنسبة أقل (36.66 %)، و أخيرا و بأقل نسبة (24.44 %) المستوى الأدنى من الجامعي .

أما عن نسبة الإجابة بـ " لا " فقد سجلت أعلى نسبة (75.55 %) لدى المستوى الأدنى من الجامعي، وبنسبة أعلى (63.33 %) للجامعيين، و أخيرا (35 %) للمستوى العالي .

يمكن تفسير ارتفاع نسبة الإجابة بـ " لا" أي بعدم أداء العلاقات العامة بالشرطة لدور في تحسين الأمن المروري دائما انطلاقا مما تشهده الطرقات من استهتار بالقوانين من قبل السائقين ، إذ لا يمكن لدور العلاقات العامة بالشرطة وحدة أن يحسن من مستوى الأمن المروري في غياب الحسن الأمني والمسؤولية الأمنية لدى مستعملي الطرق.

ففي الواقع تساهم العلاقات العامة بالشرطة في تحسين مستوى الأمن المروري من خلال رفع مستوى الحس الأمني و التوعية المرورية للأفراد إلا أن بعض مستعملي الطرق و للأسف لا يلتزمون بقواعده ولا بقواعد السلامة المرورية مما ينجر عنه تفاقم حجم الحوادث إلا أن أصحاب المستوى التعليمي العالي يقرون بدورها في تحسين الأمن المروري بنسبة (65 %) باعتبارهم يشهدون أعلى نسبة تعرض لوسائلها -كما شاهدنا سابقا- و منه فهم أدرى بأنها تساهم نوعا ما في تحسين الأمن المروري لولا غياب المسؤولية الأمنية لبعض الأفراد مما يحول دون تحسنه رغم مساعي العلاقات العامة بالشرطة.

وبتطبيق **كا2** لمعرفة مدى وجود فروق بين الفئات العمرية و التعليمية لعينة الدراسة على أرقام الجدول أعلاه وجدنا أن **كا2** المحسوبة تساوي **18.12** وهي أصغر من**كا2** الجدولية **15.50** تحت درجة حرية (08) عند مستوى الدلالة **0.05** نجد أنه لا توجد هناك فروق جوهرية بين فئات العينة فيما يتعلق برأيهم حول ممارسة العلاقات العامة بالشرطة لدور في تحسين الأمن المروري من عدمه.

يتضح من خلال الجدول (35) المتعلق بمؤشرات عدم أداء العلاقات العامة لدور في تحسين الأمن المروري حسب المبحوثين الذين سبق و أجابوا بعد ممارسة العلاقات العامة بالشرطة لدور في تحسين الأمن المروري في الجدول السابق أن استمرارية ارتفاع حوادث المرور كان وراء اعتقاد هؤلاء بعدم أداء العلاقات العامة بالشرطة لدور في تحسين مستوى الأمن المروري حيث بلغ أعلى نسبة (54.37 %) يليه اختراق الأفراد لقوانين المرور بنسبة (31.87 %)، وأخيرا نقص الوعي المروري بنسبة (13.75 %) فقط.

حيث سجل رأي المبحوثين حول استمرارية حوادث المرور في الارتفاع كمؤشر لعدم ممارسة العلاقات العامة لدور في تحسين الأمن المروري أعلى نسبة (59.15 %) لدى المستوى الأدنى من الجامعي، يليه الجامعي (52.56 %) ، و أخيرا نسبة (36.36 %) المستوى العالي .

بينما سجل اختراق الأفراد لقوانين المرور أعلى نسبة بالنسبة للمستوى العالي (45.45 %) يليه المستوى الجامعي (32.05 %)، ثم الأدنى من الجامعي بنسبة (29.57 %).

أما عن نقص الوعي المروري فقد سجل النسب الأقل لدى المستويات التعليمية الثلاث بداية بالمستوى الأدنى الجامعي الذي سجل أقل نسبة (11.26 %) ، يليه المستوى الجامعي بنسبة (15.38 %) و أخيرا المستوى العالي بنسبة (18.18 %) .

يظهر من خلال نتائج الجدول أعلاه أن ارتفاع نسبة حوادث المرور و استمرارية تفاقمها أنه السبب الكامن وراء اعتقاد الكثيرين بأن العلاقات العامة بالشرطة لا تؤدي دورا في تحسين الأمن المروري إلا أن تحسين مستوى هذا الأمن لا يكفي فيه دور العلاقات العامة بالشرطة في ظل غياب استعداد مسبق لدى مستعملي الطرق لتحسين هذا المستوى من خلال تعديل سلوكياتهم المرورية ، فارتفاع حجم الحوادث ليس مؤشرا عن ضعف أو غياب دور العلاقات العامة بالشرطة بقدر ما هو مؤشر لعدم التزام البعض بالقوانين و استهزائهم بها .

نستنتج مما سبق أن العلاقات العامة بالشرطة تؤدي دورا متواضعا في تحسين الأمن المروري و إن كان تواضع ذلك الدور يعود لإخلال بعض مستعمل الطرق بقواعد السير الحسن وبالتالي تفاقم حجم الحوادث .

وبتطبيق **كا2** لمعرفة مدى وجود فروق بين الفئات العمرية و التعليمية لعينة الدراسة على أرقام الجدول أعلاه وجدنا أن **كا2** المحسوبة تساوي **7.64** وهي أصغر من**كا2** الجدولية **26.29** تحت درجة حرية (16) عند مستوى الدلالة **0.05** نجد أنه لا توجد هناك فروق جوهرية بين فئات العينة حول آراء المبحوثين فيما يتعلق بمؤشرات غياب دور العلاقات العامة بالشرطة في تحسين مستوى الأمن المروري.

يتضح من خلال الجدول (36) أعلاه المتعلق بمدى اقتناع المبحوثين بالدور التوعوي للعلاقات العامة بالشرطة أن اقتناعهم بتجنب الإفراط في السرعة مع استخدام حزام الأمن قد سجل أعلى النسب (35 %)، تليه نسبة (27%) للاقتناع باستخدام حزام الأمن مع عدم الاقتناع بتجنب الإفراط في السرعة، ثم عدم الاقتناع لا بتجنب الإفراط في السرعة ولا باستخدام حزام الأمن بنسبة (26%) و كآخر نسبة (12%) سجلها الاقتناع بتجنب الإفراط في السرعة وعدم الاقتناع باستخدام حزام الأمن .

فيما يخص الاقتناع بتجنب الإفراط في السرعة مع استخدام حزام الأمن فقد سجل أعلى نسبة لدى المستوى التعليمي العالي (65%)، يليه المستوى الجامعي بنسبة (56.66%) ،وأخيرا المستوى الأدنى من الجامعي بنسبة (6.66%) فقط،حيث سجلت فيه الفئة العمرية [20 29 [نسبة منعدمة (0%).

فيما يتعلق بعدم الاقتناع لا يتجنب الإفراط في السرعة ولا باستخدام حزام الأمن فقط سجل أعلى نسبة لدى المستوى التعليمي الأدنى من الجامعي (53.33%) حيث سجلت الفئة العمرية [20 29 [عند هذا المستوى التعليمي نسبة (72.72%) كأعلى نسبة، يليه المستوى الجامعي بنسبة (4.44%) فقط بينما كانت النسبة منعدمة (0%) بالنسبة للمستوى العالي .

أما عن الاقتناع بتجنب الإفراط في السرعة وعدم الاقتناع باستخدام حزام الأمن فقد سجل أعلى نسبة (14.44%) لدى المستوى التعليمي الأدنى من الجامعي ، يليه المستوى الجامعي (11.11%) وأخيرا بنسبة فقط (5%) المستوى العالي .

وفيما يخص الاقتناع باستخدام حزام الأمن وعدم الاقتناع بتجنب الإفراط في السرعة فقد سجل أعلى نسبة (30%) لدى المستوى العالي ، يليه المستوى الجامعي (27.77%) وبأقل نسبة (25.55%) المستوى الأدنى من الجامعي .

يتضح من خلال هذه القراءة الإحصائية لنتائج الجدول أن درجة الاقتناع بتجنب الإفراط في السرعة مع استخدام حزام الأمن قد سجلت أعلى النسب ، الأمر الذي يعكس فعلا الدور التوعوي الذي تؤديه العلاقات العامة بالشرطة ويعكس مدى تكامله من خلال سيطرته على نواحي عديدة من سلوك السائق.

و تأكيدا على صحة النتائج المتوصل إليها توصلت **دراسة قام بها الباحث "حمو بوظريفة"** و زميله حول مدى فعالية قانون المرور الجديد توصلت إلى أن (73.69%) من المبحوثين أجابوا بأنهم يضعون حزام الأمن [1].

إلا أن الفئة العمرية [20 29] وللأسف قد سجلت نسبة اقتناع منعدمة فيما يخص التجنب في استعمال السرعة في استخدام حزام الأمن هذا ما يتوافق مع إحصائيات التقارير حول حوادث المرور و أسبابها حيث **تشير الإحصائيات** إلى أن الشباب الذكور هم الأقل استعمالا لحزام الأمن رغم أن هذا الأخير يقلل من خطر الإصابات من نسبة (40إلى 50%) و التالي يتعرض هؤلاء لأكبر قدر من الحوادث والإصابات [2].

كما يتوافق أيضا مع ما توصلت إليه دراسة أخرى تم فيها استفتاء عدد من السائقين توصلت إلى أن (20%) منه يقولون بان السرعة في الطرق العامة تجلب لهم المتعة، و قد وجدت هذه الخاصية عند المراهقين و الشباب أكثر

و يرى "لونر" lenner في بحثه لسنة 1977 عن العلاقة بين فعل البحث عن الإثارة و علاقته بحوادث المرور أن العلاقة ترجع إلى كون النشاط معزز، فإذا كان القيام بالسلوك المثير تنجم عنه متعة و مشاعر ايجابية فانه من المحتمل أن تؤدي إلى تكرار السلوك [3].

الأمر الذي يؤكد صحة ما توصلت إليه دراستنا من نتائج حول الانعدام استخدام هذه الفئة العمرية لحزام الأمن بينما سجلت نسبة (72.72%) من حيث عدم الاقتناع بتجنب الإفراط في السرعة مع عدم استخدام حزام الأمن .

يظهر من عموم النتائج أن للعلاقات العامة بالشرطة دورا محسوسا في تعديل السلوك المروري للأفراد من خلال نشاطاتها التوعية حيث تساهم في التوعية المرورية للأفراد.

وبتطبيق **كا2** لمعرفة مدى وجود فروق بين الفئات العمرية و التعليمية لعينة الدراسة على أرقام الجدول أعلاه وجدنا أن **كا2** المحسوبة تساوي **98.47** وهي أكبر من**كا2** الجدولية **36.41** تحت درجة حرية (24) عند مستوى الدلالة **0.05** نجد أن هناك فروق جوهرية بين فئات العينة حول مدى اقتناعهم بالدور التوعوي للعلاقات العامة بالشرطة من خلال تأثر سلوكهم المروري بذلك الدور.

---

[1] زينب بن زريطة: دراسة ميدانية حول" مدى فعالية قانون المرور الجديد تكشف نجاح إلزامية حزام الأمن و سائقو الحافلات و الشاحنات في قفص الاتهام" جريدة الخبر (13 أفريل 2006).

[2] الأسبوع الإعلامي للوقاية من حوادث المرور : مرجع سابق .

[3] عبد الله حامد عبد الله الخلف: دور أفلام التوعية المرورية في رفع مستوى الوعي المروري، نقلا عن الموقع: www.nauss.edu.sa/arabic/menu elebrary/19 /5 2007

يتضح من خلال الجدول (37) أعلاه المتعلق بتوقعات الأفراد لمستوى الأمن المروري في ظل دور العلاقات العامة بالشرطة في التخفيض من حوادث المرور أن توقع المبحوثين لتحسن وضع الأمن المروري قد سجل أعلى نسبة (44.5%) ،يليه توقع ثباته بنسبة (33%)، أما توقع تراجعه فقد سجل النسبة الأقل (22.5%).

سجل توقع التحسن أعلى نسبة لدى المستوى العالي بنسبة (80%)، يليه المستوى الجامعي بنسبة (67.77%)، و أخيرا المستوى الأدنى منه بنسبة (13.33%).

كما سجل توقع الثبات أعلى نسبة لدى المستوى الأدنى من الجامعي (44.44%) يليه المستوى الجامعي بنسبة (24.44 %)، و أخيرا المستوى العالي (20%).

أما توقع التراجع فقد سجل أعلى نسبة (42.22%)لدى المستوى الأدنى من الجامعي يليه المستوى الجامعي بنسبة قليلة (7.77%)، بينما انعدمت تماما بنسبة (0%) لدى المستوى العالي.

نستنتج من خلال القراءة الكمية لبيانات الجدول مدى النظرة التفاؤلية للأفراد في تحسن مستوى الأمن المروري نظرا لما قد أوضحه توقع التحسن بنسبة (44.5%) خاصة لدى أصحاب المستوى التعليمي العالي.

و يمكن تفسير ذلك بمدى تطلعهم لإحلال الأمن و السكينة على مستوى الطرق بينما سجل توقع التراجع النسبة المنخفضة (22.5%) الأمر الذي يعكس مدى رغبة مستعملي الطريق في تحسين مستوى الأمن المروري .

وبتطبيق **كا2** لمعرفة مدى وجود فروق بين الفئات العمرية و التعليمية لعينة الدراسة على أرقام الجدول أعلاه وجدنا أن **كا2** المحسوبة تساوي **89.81** وهي أكبر من**كا2** الجدولية **26.29** تحت درجة حرية (16) عند مستوى الدلالة **0.05** نجد أن هناك فروق جوهرية بين فئات العينة حول توقعهم لمستوى الأمن المروري في ظل دور العلاقات العامة بالشرطة في التخفيض من حوادث المرور.

يتضح من خلال الجدول (38) أعلاه المتعلق باقتراحات المبحوثين لتطوير دور العلاقات العامة بالشرطة في تخفيض حوادث المرور أن أعلى نسبة (44.12%) عادت لاقتراحهم لتكثيف النشاط الإعلامي لجهاز العلاقات العامة بالشرطة، وبنسبة أقل (37.65%) اقتراحهم لاحترام قوانين المرور وبنسبة أقل منها (18.21%) اقتراح تخصيص خرجات لجهاز العلاقات العامة بالمؤسسات التعليمية.

حيث سجل اقتراح تكثيف النشاط الإعلامي لجهاز العلاقات العامة بالشرطة (35.78%) كأقل نسبة لدى المستوى الأدنى من الجامعي ، يليه المستوى الجامعي (49.15%) وبنسبة تكاد تساويها (50%)للمستوى العالي .

أما اقتراح تخصيص خرجات لجهاز العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية فقد سجل أعلى نسبة (24.21%) لدى المستوى الأدنى من الجامعي، يليه العالي بنسبة (17.64%) ، يليه المستوى الجامعي بنسبة (13.55%).

أما عن اقتراح ضرورة احترام قوانين المرور فقد سجل أعلى نسبة (40%) لدى المستوى التعليمي الأدنى من الجامعي، و (37.28%) لدي الجامعيين، و أخيرا (32.35%) لدى المستوى العالي .

يمكن تفسير تسجيل اقتراح تكثيف النشاط الإعلامي لجهاز العلاقات العامة لأعلى نسبة بمدى حاجة الأفراد لمثل هذه الأنشطة الإعلامية الأمنية للتقليص من ما يعانونه جراء حوادث المرور و مدى تطلعهم للاستفادة من برامج أقسام العلاقات العامة بالأجهزة الشرطية .

وبتطبيق **كا2** لمعرفة مدى وجود فروق بين الفئات العمرية و التعليمية لعينة الدراسة على أرقام الجدول أعلاه وجدنا أن **كا2** المحسوبة تساوي **10.68** وهي أصغر من**كا2** الجدولية **26.29** تحت درجة حرية (16) عند مستوى الدلالة **0.05** نجد أنه لا توجد هناك فروق جوهرية بين فئات العينة حول اقتراحاتهم لتطوير دور العلاقات العامة بالشرطة في التخفيض من حوادث المرور.

نتائج الدراسة :

بعد الانتهاء من عملية من عملية التفريغ البيانات المتحصل عليها وتحليلها وتفسيرها وفي ضوء فرضيات الدراسة خلصت الدراسة إلى جملة من النتائج يمكن إدراجها فيما يلي:

* اتضح من خلال النتائج أن العلاقات العامة الجيدة بين الشرطة والجمهور تساعد على التواصل بين الطرفين ومنه على تفعيل الرسالة الأمنية و بالتالي تضمن تطوير الإعلام الأمني وفعاليته وكذا قدرته على التأثير في السلوك الأمني للأفراد خاصة المروري منه .

* خلصت الدراسة كذلك إلى أن نسبة (51.5 %) من المبحوثين يعتقدون بأن الشرطة تنحصر مهامها في المهام الأمنية فحسب ، حيث يغيب من الكثيرين الدور الإعلامي ، التوعوي ، الإرشادي والتحسيسي الصادر عن قسم العلاقات العامة بالشرطة .

* أسفرت نتائج الدراسة أن عدم تعرض الأفراد للمنشورات و المجلات الأمنية بلغ (**79.5 %**) حيث فاق بكثير نسبة التعرض التي بلغت فقط (**20.5 %**) أما فيما يتعلق بزيادة الأبواب المفتوحة على الشرطة والمعارف و أسابيع السلامة المرورية هي الأخرى كوسائل العلاقات العامة بالشرطة في التوعية المرورية فإن نسبة عدم التعرض لهذه الوسائل هي الأخرى سجلت أعلى نسبة (**67 %**)بينما سجلت نسبة التعرض فقط (**33 %**) حيث أرجع المبحوثون أسباب إعراضهم عن التعرض لهذه الوسائل إلى عدة أسباب مثل الجهل بوجودها أعلى نسبة قدرت بـ: (**49.65 %**) زيادة عن عدم الاهتمام وكذا عدم الاقتناع بفعاليتها بنسب متقاربة .

* أما عن علاقة التعرض لوسائل العلاقات العامة بمدى ارتفاع مستوى الثقافة الأمنية فقد أثبتت النتائج أن من تعرضوا لتلك الوسائل قد ساهم تعرضهم في رفع مستوى ثقافتهم الأمنية بشكل كبير بلغت نسبته (**56.89 %**).

* كما أثبتت النتائج بأن العلاقات العامة بالشرطة تساهم في التوعية المرورية للسائقين حيث ساهمت بفضل دورها التوعوي في إقناع الأفراد بتجنب الإفراط في السرعة وباستخدام حزام الأمن بنسبة بلغت (**65 %**).

* خلصت نتائج الدراسة إلى أن العلاقات العامة بالشرطة لا تؤدي دورا فعالا في التخفيض من حوادث المرور و إن كان تساهم بشكل في تحسين الأمن المروري وتؤدي دورا متواضعا بسبب إختراق القوانين من طرف الأفراد فإن ذلك يحول دون تحسن الأمن المروري ودون مقدرة العلاقات العامة بالشرطة رغم دورها في تحسين الأمن المروري لأن تحسن مستوى هذا الأمن لن يقوم على مجرد دور العلاقات العامة بالشرطة تحسينه بل بنظافة جهود مستعملي الطرق في التزامهم بقواعد السلامة المرورية لأن تجاوزهم للقوانين واستهتارهم بها وكذا عدم مبالاتهم تحول دون أن يتم دور العلاقات العامة في تحسين الأمن المروري عن نتائج طيبة .

* توصلت دراسة فيما يتعلق بحوادث المرور إلى أن الإنسان هو المتسبب الرئيسي في وقوع الحوادث بنسبة (**65 %**) بينما سجل اختراق قانون المرور النسبة الأعلى (**52.52 %**) من بين أسباب وقوع الحوادث .

* توصلت أيضا الدراسة إلى أن الطريقة المثلى لترسيخ قناعة احترام قوانين المرور هو أسلوب الترغيب وذلك عن طريق التوعية بنسبة (44.28 %) و إعراض الأفراد عن أسلوب الترهيب الذي سجل نسبة قدرها (27.14 %) فقط .

خاتمة

إن ما يمكننا قوله في خاتمة بحثنا المتواضع حول الإعلام الأمني بالجزائر و دور العلاقات العامة في تطويره أن الإعلام الأمني في الجزائر ليس إلا في بداياته الأولى المحتشمة مقارنة بما قد حققه من قفزة نوعية في الرسالة الأمنية على مستوى الخليج العربي.

لكن رغم تواضع التجربة الإعلامية الأمنية ببلادنا إلا أن لهذا النوع الإعلامي الصادر عن أقسام العلاقات العامة بالأجهزة الشرطية و الساعية لتطويره و لتفعيل رسائله بالغ الأهمية ما يخوله أن يصبح أهم وسيلة توعوية على الإطلاق ، فهو من جهة يساهم في خلق نوع من الاستقرار الأمني ، و من جهة أخرى يساهم في مواكبة التطورات الإعلامية التي تفرضها ثورة الاتصال .

فمن خلال نتائج الدراسة الميدانية تم التوصل إلى أن للعلاقات العامة الجيدة بين الشرطة و المواطن فضل كبير في تسهيل تمرير الرسالة الإعلامية الأمنية و تفعيلها رغم ما يجهله الكثيرون عن مهام المؤسسات الأمنية التي تتعدى مهمة حفظ الأمن واستتبابه إلى ممارسة نشاطات إعلامية و فعاليات توعوية الأمر الذي يشكل أولى العوائق أمام جهود العلاقات العامة بالشرطة في توعية المواطنين و تحسيسهم بضرورة الالتزام بالقوانين خاصة ما تعلق منها بحفظ الأمن المروري و تحسينه.

لكن رغم الدور الايجابي الذي تؤديه العلاقات العامة بالشرطة في توعية المواطنين اعتمادا على دعامة الإعلام الأمني إلا أن الحديث عن إمكانيتها في التخفيض من حدة حوادث المرور لا يزال مبكرا، بسبب اختراق القوانين من طرف الأفراد فإن ذلك يحول دون تحسن الأمن المروري ودون مقدرة العلاقات العامة بالشرطة رغم دورها في التوعية المرورية لأن تحسن مستوى هذا الأمن لن يقوم على مجرد دور العلاقات العامة بالشرطة في تحسينه بل بتضافر جهود مستعملي الطرق في التزامهم بقواعد السلامة المرورية لأن تجاوزهم للقوانين واستهتارهم بها وكذا عدم مبالاتهم يحول دون أن يثمر دور العلاقات العامة بالشرطة في تحسين الأمن المروري عن نتائج طيبة .

قائمة المصادر و المراجع:

* القران الكريم

الحديث:

- العسقلاني احمد بن حجر: فتح الباري في شرح صحيح البخاري،ط3، ج11، دار السلام، الرياض، السعودية،2000.

المعاجم:

1- ابن منظور جمال الدين: لسان العرب، مج5 ، دار المعارف،بيروت، لبنان،دط.

2- حجاب محمد منير : المعجم الإعلامي ، ط1 ، (د.م.ن)، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004 .

3- منجد الطلاب:ط17 ،بيروت،دار المشرق،1993.

4- م.روزنتال – ب، يودين: الموسوعة الفكرية ،دار الطليعة،بيروت،د.ط، د،ت،.

5- المنجد الأبجدي: دار المشرق بيروت- المؤسسة الوطنية مكتب الجزائري.

6-مدكور ابراهيم وآخرون: معجم العلوم الاجتماعية ، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة،مصر،دط،1975.

7- العايد أحمد و اخرون: المعجم العربي الأساسيللناطقين بالعربية و متعلميها، تقديم محي الدين صابر، المنظمة العربية للتربية و الثقافة، لاروس، باريس، دط، 1989.

8-عمر معن خليل: معجم علم الاجتماع المعاصر، ط1 ، دار الشروق،عمان، 2006.

9- غيث محمد عاطف:قاموس علم الاجتماع،دار المعرفة الجامعية،القاهرة،مصر،دط،1995.

الكتب:

1- امام ابراهيم: الاعلام الاذاعي و التلفزيوني، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، ط2، 1985.

2- اسماعيل قباري :علم الاجتماع الجماهيري و بناء الاتصال-دراسة في الإعلام واتجاهات الرأي العام - منشأة المعارف الإسكندرية،مصر،دط ،1984.

3- أبو أصبع صالح خليل:الاتصال الجماهيري، دار الشروق عمان،الأردن،ط 01 ، 1990 .

4- احدادن زهير :مدخل لعلوم الإعلام والاتصال،دط،بن عكنون الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية،2002 .

5- الأبياري فتحي :نحو إعلام دولي جديد:دراسات إعلامية معاصرة، دط، مصر،(د.د.ن)، 1988 .

6- ابراهيم الدسوقي عبده:وسائل و أساليب الاتصال الجماهيرية و الاتجاهات الاجتماعية ، دار الوفاء لدنيا الطباعة و النشر، الإسكندرية.
7- ال سعود يزيد: دور الأجهزة الاعلامية في التعامل مع الأزمات الأمنية، دراسة تطبيقية على أجهزة الاعلام السعودي من وجهة نظر القائمين عليها، رسالة ماجستير في العلوم الادارية، الرياض، 2007
8- اسماعيل محمود حسن : مبادئ علم الاتصال و نظريات التأثير، الدار العامة لنشر و التوزيع، الأهرام، مصر، ط1، 2003.
9- أبو أصبع صالح خليل : العلاقات العامة والاتصال الإنساني؛ ط1، دار الشروق، عمان، 1998.
10- امام السيد إبراهيم : العلاقات العامة و المجتمع،ط2، المكتبة الأنجلو مصرية، القاهرة، 1968.
11- أحمد غريب السيد: علم اجتماع الاتصال والإعلام، دار المعرفة الجامعية،2002.
12- أحمد محمد مصطفى: الخدمة الاجتماعية في مجال العلاقات العامة، دار المعرفة الجامعية ، 1999.
13- بوجلال عبد الله : "إشكالية تحديد مفهوم الوعي الاجتماعي"، المجلة الجزائرية للاتصال، معهد علوم الإعلام و الاتصال بجامعة الجزائر، ع4 ، (خريف 1990).
14- بوني أحمد محمد: الجوانب النفسية لمشكلات حوادث المرور،دط، الهيئة القومية للبحث العلمي، الجماهيرية العربية الليبية الشعبية الاشتراكية العظمى،(د.س.ن).
15- بدر أحمد: منهاج البحث في علم المعلومات و المكتبات، دار المريخ، الرياض، السعودية، دط.
16- باهي مصطفى حسين،عبد الحفيظ اخلاص محمد:طرق البحث العلمي و التحليل الإحصائي، ط1،القاهرة،مركز الكتاب للنشر،2000.
17- بن عامر عثمان عمر:مفاهيم أساسية في علم الاجتماع، ط1 ، دار الكتاب الوطنية بنغازي 2002
18- بيرسي كوهن: النظرية الاجتماعية الحديثة،ترجمة عادل مختار الهواري،ط1 ، دار فينوس للطباعة و النشر،1977.
19- البياتي ياسين خضر :النظرية الاجتماعية (جذورها و روادها)، ط1 ، الجامعة المفتوحة، طرابلس، 2002.
20- الباز على : الإعلام و الإعلام الأمني، ط1 ،(د.م.ن)،(د.د.م)،2001 .
21- بدر عبد المنعم محمد: الاعلام الأمني العربي،مركز الدراسات و البحوث بأكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياص، السعودية،ط1، 1997.
22- بدوي هناء حافظ : العلاقات العامة و الخدمة الاجتماعية (أسس نظرية و مجالات تطبيقية)، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية.

23- بدوي هناء حافظ : الاتصال بين النظرية والتطبيق، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية 2003.
24- جلال سعد : علم النفس الاجتماعي، منشورات جامعة قاريوس، بن غازي، ليبيا، ط 3، 1989
25- جابر محمد سامية: الاتصال الجماهيري و المجتمع الحديث بين النظرية و التطبيق، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، مصر،دط، 1991.
26- الجوهري محمود محمد : العلاقات العامة بين الدعاية والاعلام ، المكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1968.
27- جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية: العمل الإعلامي الأمني ، المشكلات و الحلول، ط1 ، مركز الدراسات و البحوث، الرياض، 2005 .
28- جامعة نايف للعلوم الأمنية:الإعلام الأمني العربي قضاياه و مشكلاته،دط،مركز الدراسات و البحوث،الرياض، 2002 .
29- جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية: الاعلام و الأمن، ط1 ، الرياض، 2006 .
30- جودت ناصر محمد: الدعاية و الاعلان و العلاقات العامة،ط1 ،مجدلاوي،الأردن،1988.
31- ديفلر ملفين وروكيتش ساندرا بول :نظريات وسائل الإعلام،ترجمة كمال عبد الرءوف،الدار الدولية للنشرو التوزيع،القاهرة،مصر،ط 2 ،1998 .
32- الدليمي عبد الرزاق محمد : العلاقات العامة في التطبيق،ط1، دار جريد للنشر و التوزيع،عمان،2000.

33- الهواري عادل مختار:عبد الباسط عبد المعطي: في النظرية المعاصرة لعلم الاجتماع،دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية،1986 .
34- زرواتي رشيد : تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط 1 ،الجزائر، جامعة بوضياف بالمسيلة، 2002 .
35- الحليم محي الدين :" التوعية الاجتماعية في المواضيع الأمنية" في الإعلام الأمني العربي قضاياه ومشكلاته، مركز الدراسات و البحوث، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية،الرياض،السعودية ط1 ، 2001 .
36- الخطيب سلوى عبد الحميد: نظرة في علم الاجتماع المعاصر،ط1 ، مطبعة النيل، القاهرة، 2002.
37- حجاب محمد منير: العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة، دار الفجر للنشر والتوزيع 2007

38- حجاب محمد منير،وهبي سحر : المداخل الأساسية للعلاقات العامة ،دار الفجر للنشر والتوزيع القاهرة ،1993.
39- الحسن احسان محمد:مبادئ علم الاجتماع الحديث،ط1 ، دار وائل للنشر،عمان،2005 .
40- الحسن احسان محمد:النظريات الاجتماعية المتقدمة،ط1 ،دار وائل للنشرو التوزيع،عمان،2005
41- حمزةعبد اللطيف :الإعلام له تاريخه ومذاهبه،ط1 ،(د.م.ن)، دارا لفكر العربي،1965
42- حسن محمود شمال : سيكولوجية الفرد في المجتمع، دار الافاق العربية، القاهرة، مصر، ط1 2001.
43- حسين سمير محمد: الاعلام و الاتصال بالجماهير و الرأي العام، عالم الكتب، القاهرة، ط3 ، 1996
44- الحقباني تركي بن صالح عبد الله: مدى اسهام الاعلام الأمني في معالجة الظاهرة الارهابية، دراسة تحليل محتوى لعدد من الصحف المحلية اليومية السعودية، رسالة ماجستير، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، مركز الدراسات العليا، 2006 .
45- حسين منير محمد:بحوث الإعلام، - دراسات في مناهج البحث العلمي – عالم الكتب، القاهرة، مصر، ط2 ، 1995 .
46- الحوشان بركة بن زامل: الاعلام الأمني و الأمن الاعلامي، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، مركز الدراسات و البحوث، ط1، الرياض، 2004.
47- كاري مصطفى عبد المجيد: التنسيق بين جهود المواطنين في مجال مكافحة الجريمة والوقاية منها، أبحاث الندوة العلمية الرابعة، دار النشر المركز العربي للدراسات الأمنية، الرياض، 1993.
48- كلينتوش جراهام : تمهيد في للنظرية الاجتماعية (تطورها و نماذجها الكبرى)،ترجمة محمد سعيد فرح، دار المعرفة،دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1998 .
49- كشك محمد بهجت: العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية ، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية 1990.
50- لارامي، أ، فالي، ب: البحث في الاتصال عناصر منهجية، ترجمة ميلود سفاري و آخرون،دط، (د.م.ن)،مخبر علم الاجتماع الاتصال للبحث و الترجمة،2004 .
51- لطفي طلعت إبراهيم، زيات كمال عبد الحميد : النظرية المعاصرة في علم الاجتماع،دار غريب للطباعة و النشر و التوزيع، القاهرة، 1999.
52- مجموعة خبراء:علاقة الإعلام بالمسائل الأمنية في المجتمع العربي للدراسات الأمنية و التدريب بالرياض، (د.س.ن) .

53- محمد علي محمد:علم الاجتماع (تاريخ علم الاجتماع، الرواد و الاتجاهات)، دار المعرفة الجامعية.
54- مصباح عامر: الاقناع الاجتماعي، خليفة النظرية و اليات العملية، ديوان المطبوعات الجامعية بن عكنون، د.ط، 2005 .
55- ميرزا جاسم خليل: الاعلام الأمني بين النظرية و التطبيق، ط1،(د.م.ن)، مركز الكتاب للنشر،2006.
56- مركز الدراسات و البحوث: المسؤولية الأمنية للمرافق في الدول العربية، دار النشر بالمركز العربي للدراسات الأمنية و التدريب، الرياض، السعودية، دط، 1986.
57- محمد عبد الفتاح محمد: العلاقات العامة في المؤسسات الاجتماعية ، المكتب العلمي للكمبيوتر وللنشر والتوزيع.
58- محمد جاسم فلاحي: العلاقات العامة والراي العام، الجامعة العربية المفتوحة بالدنمارك، كلية الآداب والتربية، قسم الإعلام،2006.
59- منصورسمير حسن:مناهج العلاقات العامة من منظور الخدمة الاجتماعية ،دار المعرفة الجامعية،1999.
60- المصري أحمد محمد: العلاقات العامة، مؤسسة شباب الجامعة ، الاسكندرية، 2000.
61- محمود محمد الجوهري: اتجاهات جديدة في العلاقات العامة، ط1،مكتبة الأنجلو مصرية، القاهرة، 1971.
62- سفاري ميلود : الأسس المنهجية في توظيف الدراسات السابقة، مجلة العلوم الانسانية، منشورات جامعة منتوري، قسنطينة ، الجزائر، ع 06، 1995.
63- السيد عبد العاطي السيد:النظرية في علم الاجتماع،دار المعرفة الجامعية،الإسكندرية، 2005 .
64- السيف خالد و اخرون: تقييم برامج التوعية المرورية، مدينة الملك عبد العزيز للعلوم التقنية، الرياض، السعودية، ط3 ، 1993.
65- سلمان فخري جاسم و آخرون : العلاقات العامة، دار الكتب للطباعة و النشر، العراق، 1998.
66- سلطان عماد الدين: مختصر الدراسات الأمنية، المركز العربي للدراسات والتدريب، الرياض ، السعودية، الرياض، دط، 1986.
67- السباعي محمود : إدارة الشرطة في الدولة الحديثة، الشركة العربية للطباعة والنشر، القاهرة، مجلد 2، 1963.
68- عبد القادر فرح : علم النفس الصناعي و التنظيمي،دط،(د.م.ن)، دار النهضة العربية، (د.س.ن)

69- عويضة كامل محمد:علم النفس الصناعي، ط1 ، بيروت، لبنان، دار الكتاب، 1996 .
70- عبد الحميد حسن رشوان أحمد : العلاقات الاجتماعية في القوات المسلحة،دراسة في علم الاجتماع العسكري ، ط 2 ،الإسكندرية، (د.د.ن)، 2004 .
71- عدلي عصمت: علم الاجتماع الأمني – الأمن و المجتمع – دار المعرفة الجامعية،الإسكندرية مصر،دط، 2001.
72- العوشن عبد الله محمد: كيف تقنع الآخرين، دار العاصمة للنشر و التوزيع، الرياض، السعودية، ط 3 ، 1996.
73- عبد العزيز فهد عبد العزيز: الأمن و الإعلام في الدولة الإسلامية، دط، المركز العربي للدراسات الأمنية بالرياض، (د.س.ن) .
74- علي شيبة شدوان : العلاقات العامة بين النظرية و التطبيق،دار المعرفة الجامعيةّ، الإسكندرية، الأزاريطة،دط، 2007.
75- عبد الحميد محمد : دراسات الجمهور في بحوث الاعلام، عالم الكتب، القاهرة، مصر، ط1 .
76- عبد الرحمان عبد الله محمد ،بدوي محمد علي: مناهج و طرق البحث الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية،القاهرة، مصر، دط، 2002 .
77- عبد الرحمان عبد الله:النظرية في علم الاجتماع (النظرية الكلاسيكية)، دار المعرفة الجامعية،2006.
78- عبد الرحمان عبد الله :سويولوجيا الاتصال و الإعلام (النشأة التطورية و الاتجاهات الحديثة و الدراسات الميدانية) ، دار المعرفة الجامعية، 2005.
79- عدلي عصمت : سوسيولوجيا التشريعات الإعلامية الأمنية،طد، الإسكندرية، قسم علم الاجتماع المعهد العالي للدراسات الأدبية دار المعرفة الجامعية،(د.د.ن).
80- عدلي عصمت : مدخل الى التشريعات الاعلامية و الاعلام الأمني، د ط ، الاسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2005.
81- عبد الحميد محمد : نظريات الاعلام و اتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، مصر،ط2، 2000
82- عمايرة محمد محسن: أصول التربية التاريخية و الاجتماعية و النفسية و الفلسفية، دار الميسرة للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، ط2، 2000.
83- عبد الرحمان حسن محمد: الاعلام والاتصال،ط1،شركة رؤية، مؤسسة طيبة، الاسكندرية، القاهرة، 2006.
84- عبد الرحيم محمد عبد الله: العلاقات العامة، مطبعة جامعة القاهرة والكتاب الجامعيي، 1988.

85- عودة محمود وخيري السيد محمد: أساليب الاتصال و التغير الاجتماعي،دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، دط،1988.

86- عوض السيد حنفي: العلاقات العامة: الاتجاهات والمجالات ، مكتبة وهبه، القاهرة، 1987.

87- عبد الله محمد عبد الفتاح: ادارة الهيئات الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، 2006.

88- الفوال صالح مصطفى : علم الاجتماع في عالم متغير، ط 1 ،دار الفكر العربي،القاهرة،1996.

89- الفوال صلاح مصطفى :مناهج البحث في العلوم الاجتماعية، مكتب غريب،القاهرة، مصر، دط، 1983.

90- فهمي محمد سيد : تكنولوجيا الاتصال في الخدمة الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية،مصر دط،1995.

91- صالح بنوار : الفعالية التنظيمية داخل المؤسسة الصناعية، من وجهة نظر المديرين و المشرفين، رسالة دكتورا، جامعة مبتوري، قسنطينة، 2005.

92- الصحن محمد فريد : العلاقات العامة ، الدار الجامعية للطباعة والنشروالتزيع الاسكندرية،1985.

93- صالح عبد المحي محمد وآخرون: العلاقات العامة والإعلام في الخدمة الاجتماعية، دار المعرفة، الجامعية، 2004.

94- قيراط محمد و عبد الباري وائل اسماعيل: وقائع مؤتمر العلاقات العامة في الوطن العربي في ظل العولمة، الواقع الحالي و افاق المستقبل،جامعة الشارقة، الامارات العربية المتحدة،2006.

95- رمزي أحمد: مساهمة في دراسة ظروف العمل،دط،الجزائر،ديوان المطبوعات الجامعية، 1997 .

96- رمزي نبيل: السوسيولوجية المعاصرة،دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2002.

97- الرياقوي علي عبد المعطي محمد: أساليب البحث العلمي، مكتبة الفلاح،الكويت، ط1، 1988.

98- روجرز افريت.م.: الأفكار المستحدثة و كيف تنشر، ترجمة: سامي ناشد، عالم الكتب، القاهرة، مصر، دط، 1991.

99- رضا عدلي سيد محمد : البناء الدرامي في الراديو و التلفزيون، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، دط، 1988.

100- ريفر وليام وآخرون : الاتصال الجماهيري والمجتمع المعاصر، ترجمة أحمد طلعت الشبيشي، دار المعرفة الجامعية،2005.

101- شعبان حمدي محمد: الإعلام الأمني وإدارة الأزمات والكوارث،دط، مصر، الشركة العربية المتحدة للتسويق و التوريدات، 2005.

102- شرام ويلبر: أجهزة الأمن و التنمية الوطنية – دور الاعلام في البلدان النامية – ترجمة: محمد فتحي، مراجعة أبو بكر، الهيئة المصرية العامة للتأليف و النشر، القاهرة، مصر، دط، 1970.

103- شلبي كرم: المذيع و فن تقديم البرامج للرلديو و التلفزيون، مكتبة التراث الاسلامي، القاهرة، مصر، دط،1992.

104- التويجري محمد بن ابراهيم: موسوعة الادارة العربية الاسلامية، مجلد 04، المنظمة العربية للتنمية الادارية، جامعة الدول العربية، 2004.

105- خضر جميل أحمد : العلاقات العامة، دار الميسرة والتوزيع للطباعة، عمان،ط،1998.

106- خير الدين حسن محمد: العلاقات العامة (المبادئ والتطبيق)، مكتبة عين شمس،القاهرة، 1976.

107- خبراء مركز الخبرات المهنية للإدارة "جميك": العلاقات العامة النظرية والتطبيق، مجلة المناهج التدريبية المتكاملة، اشراف عبد الرحمان توفيق،ط،2003.

108- خيري محمد وآخرون: تغيير الرأي العام وعلاقته بالاتجاه نحو الجريمة، دار النشر بالمركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب، الرياض، السعودية، ط1987.

109- خضور أديب، الإعلام الأمني، دط،دمشق، المكتبة الإعلامية، 2002 .

110- خضور أديب: دور الإعلام التربوي في مكافحة المخدرات –كيف يعالج الإعلام العربي المخدرات – دراسة ميدانية،المكتبة الإعلامية رقم 10 ،دمشق، سوريا،ط1 ،1995.

111- النيال مايسة أحمد: التنشئة الاجتماعية – مبحث علم النفس الاجتماعي – دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، مصر، دط، 2002.

112- نبيل فريج : تحليل سلوك الحادث:علم النفس تنظيم وعمل،دط،الجزائر،1993 .

113- الغلبي طاهر محسن: أحمد شاكر العسكري: الاعلان مدخل تطبيق، دار وائل، ط1 ، 2003.

114- غريب عبد السميع غريب: الاتصال و العلاقات العامة في المجتمع المعاصر، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2006.

115- الذبيان سامي:الصحافة اليومية والإعلام:الموضوع التقنية التنفيذ الإعلام الحديث في النظرية والتطبيق،مدخل نظري وعملي إلى علم الإعلام، ط2، بيروت،دار الميسرة، 1987.

المجلات:

1- مجلة الأمن و الحياة، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، السعودية،ع 286 (أفريل 2006).

2- مجلة الأمن والحياة: أمنية ، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، السعودية ،ع246، (ديسمبر، جانفي 2002).

3- مجلة الشرطة ،المركز الوطني للوقاية والأمن عبر الطرق، الجزائر، ع 51 ،(مارس1995).

4- مجلة الشرطة ، العدد 43 ، (د.م.ن)، المديرية العامة للأمن الوطني ، جانفي 1990 .

5- مجلة الوقاية و السياقة، المركز الوطني للوقاية و الأمن عبر الطرق، ع1، 2000.

6- مجلة الوقاية و السياقة،المركز الوطني للوقاية و الأمن عبر الطرق، ع2، 2001.

7- مجلة الوقاية و السياقة، المركز الوطني للوقاية و الأمن عبر الطرق،ع3، 2002.

8- "دور الجمعيات في التوعية للوقاية من حوادث المرور" ، المركز الوطني للوقاية و الأمن عبر الطرق،الجزائر،عدد خاص، (25 نوفمبر2000).

9- " احصاءات حوادث المرور الجسمانية في الجزائر " المركز الوطني للوقاية و الأمن عبر الطرق، عدد خاص 2004.

10- المجلة الجزائرية للاتصال: معهد علوم الاعلام و الاتصال بجامعة الجزائر،، ع 11ع و 12 ، (ربيع،صيف 2005).

المذكرات:

1- بن عباس فتيحة:دور الإعلام في التوعية و الوقاية من حوادث المرور في المناطق الريفية الجزائرية —دراسة وصفية استطلاعية ، مذكرة ماجستير غير منشورة،قسم علوم الإعلام و الاتصال، كلية العلوم السياسية،جامعة الجزائر 2004.

2- بوخبزة نبيلة: الاتصال الإجتماعي الصحي في الجزائر، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، ديسمبر 1995.

3- العاقل سهام : الاتصال الاجتماعي في الجزائر، دراسة حول فعالية الإعلام في وقاية الشباب من المخدرات دراسة تحليلية ميدانية، مذكرة ماجستير غير منشورة،قسم علوم الإعلام و الاتصال،جامعة الجزائر،1998.

4- فوزي آيت عمر مزيان: الضبط الإجتماعي الرسمي والوقاية من الجريمة، ماجستير علم الإجتماع التنمية ، 2002- 2003.

5- صاولي عبد المالك: أساليب الاتصال الاقناعي عند رسول الله – صلى الله عليه و سلم - ، مذكرة مكملة لنيل درجة الماجستير بقسم الدعوة و الاعلام و الاتصال، كلية أصول الدين و الشريعة و الحضارة الاسلامية، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الاسلامية، قسنطينة، الجزائر، 2005- 2006.
6- شعباني عبد المالك: دور الاذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطلبة الجامعيين، أطروحة ماجستير غير منشورة، معهد علم الاجتماع، جامعة منتوري ، قسنطينة، الجزائر 2001- 2002.

الجرائد:

1- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية: قانون المرور رقم 16/04، الجريدة الرسمية، ع 72، (13 نوفمبر2004)، المادة 9.
2- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية:أمر رقم 09- 03 ، الجريدة الرسمية، ع 45، (29 يوليو 2009)، المادة 68.
3- جريدة الشروق: الجزائر، ع 580، (20 أكتوبر 2003).
4- جريدة الخبر: الجزائر، (13 أفريل 2006).

الوثائق:

1- احصاءات مأخوذة عن الدرك الوطني لأمن ولاية سطيف.
2- احصاءات مأخوذة عن المديرية العامة للأمن الوطني.
3- كتيبات و مطويات بمناسبة فعاليات الأسبوع الاعلامي للوقاية من حوادث المرور بدار الثقافة هواري بومدين بسطيف.
4- احصاءات أخوذة عن وحدة المرور بمدينة سطيف.

الوسائل السمعية البصرية:

1- شريط مصور حول حوادث المرور : عرض بمناسبة الأسبوع الاعلامي للوقاية من حوادث المرور بدار الثقافة هواري بومدين، بسطيف.
2- برنامج مع السلامة: الاذاعة الوطنية، القناة الأولى، (26 ديسمبر 2005)، الساعة 15.

المواقع:

1- فنون الاقناع نقلا عن الموقع،(17 جانفي2006)79727.html
www.sinalif.net/sforum/archive/index.php/1-
2- Microsoft Encarta 2008
3- صالح عبد العزيز النصار: "الوعي المروري" جريدة الجزيرة المسائية، السعودية، ع 10280 (24 أوت 2000) نقلا عن الموقع: www.jazirah.com (أفريل2005).
4- Arabic/23/12/2009,h10:15 www.Sudanradio.info/

المقابلات:

- مقابلة مع مراد عجيمي: المسؤول عن الاعلام بالمركز الوطني للوقاية و الأمن عبر الطرق، يوم 11 فيفري 2007، الساعة العاشرة صباحا، بالمركز الوطني للوقاية و الأمن عبر الطرق.
2- مقابلة: مقابلة مع السيد: عبد الوهاب غوالي، مدير العلاقات العامة و عميد الشرطة بولاية سطيف، مركز ص 101. التكوين، سطيف يوم: 2008/04/15، على الساعة الثانية زوالا .
3- مقابلة مع محمد العزوني:مركز الوقاية و الأمن عبر الطرق، الجزائر العاصمة، يوم 12 فيفري 2007.
4- مقابلة مع توفيق خلادي: مدير الاذاعة الوطنية: بمناسبة الأسبوع الاعلامي للوقاية من حوادث المرور بدار الثقافة هواري بومدين،سطيف، 24 أفريل 2010.

الوسائل السمعية البصرية:

1- نشرة الأخبار: التلفزيون الجزائري، القناة الأرضية، (23 ديسمبر 2010)، سا 20.
2- برنامج مع السلامة: الاذاعة الوطنية، القناة الأولى، (26 ديسمبر 2005)، سا 15.

المراجع باللغة الأجنبية:

الكتب:

1- Michel Le Net letat annonceur. Techniques.doctrine et moral de la communication sociale.Ed.organisation.Paris.1981.p152.
2- Nourdine Dakkar et Abdeljalil Bezzauacha :les accidents de la circulation en Algerie , CNED,Alger ,1983 .
3-RichardArcand,NicolBourdou :la communication efficace,ed,deboeck universite,Paris,1998.

المجلات:

- Revus « la securite routiere » : editor de l'institut belge pour la securite routiere.n : special. 1993.p57

فهرس الجداول

	سبب عدم التعاون مع الشرطة	05
	درجة التردد على أقسام الشرطة	06
	سبب التردد على أقسام الشرطة	07
	اللجوء إلى الشرطة من عدمه	08
	موقف الشرطة إزاء مشاكل الجمهور	09
	اقتراحات توثيق الروابط بين الشرطة والجمهور	10
	مدى معرفة الجمهور لعدم انحصار مهمة الشرطة فقط في حفظ الأمن	11
	مهام الشرطة حسب رأي الجمهور	12
	النشاط الإعلامي لجهاز العلاقات العامة بالشرطة	13
	حاجة الشرطة لجهاز خاص بالعلاقات العامة	14
	التعرض للمنشورات والمجلات الأمنية من عدمه	15
	سبب التعرض للمنشورات والمجلات الأمنية	16
	زيارة الأبواب المفتوحة على الشرطة أو معارض وأسابيع السلامة المرورية من عدمها	17
	سبب زيارة الأبواب المفتوحة على الشرطة أو معارض وأسابيع السلامة المرورية	18
	علاقة التعرض لوسائل العلاقات العامة بالشرطة بارتفاع مستوى الثقافة	19
	سبب عدم التعرض لوسائل العلاقات العامة بالشرطة	20
	تقييم دور العلاقات العامة الشرطة	21
	اقتراحات تطوير دور العلاقات العامة بالشرطة في التوعية المرورية	22
	توقعات مستوى الوعي المروري في ظل دور العلاقات العامة بالشرطة في التوعية المرورية	23
	التعرض لحاث مرور	24
	التسبب في حوادث المرور	25
	أسباب التعرض لحوادث المرور	26
	موقف الجمهور من مآسي حوادث المرور	27
	أسباب تصنيف 2009 السنة الأكثر دموية بالنسبة لحوادث المرور	28
	الإطلاع على قانون المرور الجديد	29
	العقوبات الحالية لمخالفي قانون المرور	30

31	الطريقة المثلى لترسيخ قناعة احترام قوانين المرور	
32	أسباب سوء السلوك المروري	
33	رأي الجمهور في دور العلاقات العامة بالشرطة في تحسين السلوك المروري	
34	دور العلاقات العامة بالشرطة في تحسين الأمن المروري	
35	مؤشرات غياب دور العلاقات العامة بالشرطة في تحسين الأمن المروري حسب آراء الجمهور	
36	الاقتناع بالدور التوعوي للعلاقات العامة بالشرطة	
37	توقعات الجمهور لمستوى الأمن المروري في ظل دور العلاقات العامة بالشرطة في التخفيض من حوادث المرور	
38	اقتراحات الجمهور لتطوير دور العلاقات العامة بالشرطة في التخفيض من حوادث المرور	

الـملاحق

أولا: بيانات عامة:

الجنس: - ذكر - أنثى

السن: - 20إلى 29 سنة - 30 إلى39 سنة -40 إلى 49 سنة

50 سنة فأكثر

المستوى التعليمي: - دون الجامعي - جامعي - عالي

ثانيا: العلاقات العامة بين الشرطة و الجمهور :

1 ما مهمة الشرطة في نظرك؟

- حفظ الأمن - مساعدة الأفراد - لا شيء

2 هل تتعاون مع رجل الشرطة؟

- دائما - أحيانا - أبدا

3 سبب تعاونك مع رجل الشرطة راجع إلى:

- حسن معاملته - سعيه لحفظ الأمن العام - خدمته للأفراد

4 سبب عدم تعاونك مع رجل الشرطة راجع إلى:

- جفاء معاملته - - سوء أدائه - تعسفه في استعمال السلطة

5 هل تتردد على أقسام الشرطة ؟

- دائما - أحيانا - أبدا

6 لماذا تتردد على أقسام الشرطة؟

- بغرض الاستفسار - إيداع شكوى - تصريح بضياع

7 هل صادفت مشكلة لجأت فيها للشرطة؟

- نعم -لا

8 كيف تعامل معك رجل الشرطة لحل مشكلتك؟

الإسراع في حلها - التباطؤ في حلها - كدم الاكتراث لها

9 ما اقتراحاتك لتوثيق الروابط بين الأفراد و الشرطة؟

....

ثالثا: العلاقات العامة بالشرطة والتوعية المرورية :

10 هل تعتقد أن نشاط الشرطة ينحصر فقط في مهامها الأمنية من أجل حفظ الأمن ؟

- نعم - لا - لا أعلم

- إذا كانت الإجابة "بلا" فما هي هذه المهام؟

....

11 إضافة إلى نشاطها الأمني تمارس الشرطة نشاطا إعلاميا توعيا مصدره جهاز العلاقات العامة؟

- نعم - لا - لا أعلم

12 برأيك ما حاجة الشرطة لجهاز خاص بالعلاقات العامة؟

- توعية الأفراد أمنيا - تحسين علاقة الشرطة بالأفراد

- تحسين مستوى رجل الشرط

13 هل سبق لك و طالعت المنشورات أو المجلات الأمنية التوعوية ؟

- نعم - لا -إذا كانت الإجابة "بلا" انتقل إلى السؤال (16)

14 لماذا تعرضت للمنشورات و المجلات الأمنية ؟

- لأنها تتناول مواضيع مفيدة - رفع مستوى ثقافتك الأمنية

- الاطلاع على المواضيع الأمنية

15 و هل سبق لك وأن زرت الأبواب المفتوحة على الشرطة أو معارض وأسابيع السلامة المرورية ؟

- نعم - لا -إذا كانت الإجابة "بلا" انتقل إلى السؤال(19)

16 إن كانت الإجابة "بنعم" فلماذا؟

- التعرف أكثر على العمل الشرطي ▭ - اكتساب ثقافة أمنية مرورية ▭
- إشباع الفضول فقط ▭

17 هل ساهم تعرضك لتلك الوسائل في رفع مستوى ثقافتك الأمنية؟

- كثيرا - نوعا ما - قليلا

18 ما سبب عدم تعرضك لتلك الوسائل؟

- عدم فعاليتها - لأنك غير مهتم - تجهل وجودها

19 كيف تقيم دور العلاقات العامة بالشرطة في التوعية المرورية باعتمادها على تلك الوسائل؟

- غير فعال - متواضع - فعال

20 ما اقتراحاتك لتطوير دور العلاقات العامة في التوعية المرورية ؟

- تكثيف و تنويع وسائل العلاقات العامة - تكثيف حملات التوعية - تحسين مضمون الرسالة الأمنية ▭

21 كيف تتوقع مستوى الوعي المروري للأفراد من خلال دور العلاقات العامة في التوعية المرورية؟

- التحسن - الثبات - الانخفاض

رابعا: <u>دور العلاقات العامة في التخفيض من حوادث المرور :</u>

22 هل سبق و أن تعرضت لحادث مرور؟

- نعم - لا

23 إذا كانت الإجابة "بنعم" فهل كنت المتسبب في الحادث ؟

- نعم ▭ - لا ▭

24 ما سبب تعرضك للحادث؟

- السرعة المفرطة ▭ - عدم احترام إشارات المرور ▭
- خطأ السائق المقابل لك ▭

25 بماذا تشعر و أنت تسمع أو تشاهد مأساة حادث مرور؟

- بالمسؤولية أكثر ▭ - بالتأسف على السلوك المروري للأفراد ▭
- لا أبالي ▭

26- تشير آخر الإحصائيات إلى أن سنة 2009 هي الأكثر دموية بالنسبة لحوادث المرور، برأيك إلى ماذا يعود ذلك؟

▭ ▭

▭

- نقص الوعي المروري - غياب الحس الأمني
- عدم الالتزام بقوانين المرور

27- هل اطلعت على قانون المرور الجديد ؟

- نعم - لا

28- في ظل الارتفاع المحسوس في حوادث المرور،ما رأيك في العقوبات الحالية للمخالفين؟

- مناسبة جدا - ملائمة - قاسية جدا

29 في نظرك ما الطريقة المثلى لترسيخ قناعة احترام قوانين المرور؟

- طوعا عن طريق التوعية - كرها بفرض العقوبة على المخالف
- تعلم الأفراد لهذه الثقافة و التزامهم بها

30 في تقديرك إلى ماذا يرجع سوء السلوك المروري للأفراد؟

- ضعف دور العلاقات العامة بالشرطة - نقص حملات التوعية المرورية
- لامبالاة الأفراد

31 كيف تقيم دور العلاقات العامة بالشرطة في التوعية المرورية و في رفع مستوى الثقافة الأمنية للأفراد؟

- ضعيف - متواضع - فعال

32 في نظرك هل تساهم العلاقات العامة بالشرطة بفضل دورها التوعوي في تحسين الأمن المروري؟

- نعم - لا

33 إذا كانت الإجابة "بلا" فلماذا؟

- حوادث المرور في ارتفاع مستمر -اختراق الأفراد لقوانين المرور
- نقص الوعي المروري

34 هل أقنعك الدور التوعوي للعلاقات العامة بالشرطة بتجنب الإفراط في السرعة؟

- نعم - لا

35 وهل أقنعك باستخدام حزام الأمن دون مراقبة رجال الشرطة؟

- نعم - لا

36 في ظل دور العلاقات العامة بالشرطة في التخفيض من حوادث المرور كيف تتوقع مستوى الأمن المروري؟

- التحسن - الثبات - التراجع

37 ما اقتراحاتك لتطوير دور العلاقات العامة بالشرطة في التخفيض من حوادث المرور ؟

- تكثيف النشاط الإعلامي للعلاقات العامة بالشرطة
- تخصيص خرجات لجهاز العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية
- احترام قوانين المرور

ملخص الدراسة:

تتميز العلاقات العامة بالشّرطة بأنها فن يبرز الجهود الصادقة التي تؤديها الشرطة للمجتمع لإقناع الجماهير بمدى أهمية هذه الجهود لحمايتهم وأمنهم جميعا، و في سبيل إقناع الجمهور بمدى أهمية الرسالة الشرطية يستفيد جهاز العلاقات العامة بالشّرطة من دعامة الإعلام الأمني سواء كان هذا الإعلام إعلاما امنيا ذو طابع حساس للحد من الجريمة أو ضد الآفات الاجتماعية ،أو إعلاما أمنيا ذو طابع توعوي تثقيفي يهدف لتحسين الأمن المروري عبر الطرقات في ظل ما تشهده هذه الأخيرة اليوم من تفاقم مشكلة حوادث المرور بالجزائر و منه يقع على عاتق العلاقات العامة واجب تطوير هذا الإعلام الأمني.

حاولت الدراسة تقديم صورة حول الدور الذي يمكن أن تؤديه العلاقات العامة بالشرطة في تفعيل الرسالة الإعلامية الأمنية و تطوير الإعلام الأمني بالجزائر و مدى فعالية هذا الإعلام في تحسين الأمن المروري و التخفيض من حوادث المرور من خلال طرح الإشكالية التالية:

ما دور العلاقات العامة في تطوير الإعلام الأمني بالجزائر" ؟- "

و التساؤلات الفرعية التالية:

- أين يكمن دور العلاقات العامة بين الشرطة و الجمهور في تطوير الإعلام الأمني بالجزائر؟
- هل تساهم العلاقات العامة بالشرطة في التوعية المرورية ؟
- هل تؤدي العلاقات العامة بالشرطة فعلا دورا في التخفيض من حوادث المرور بالجزائر ؟

حيث خلصت الدراسة إلى جملة من النتائج من أهمها:

- العلاقات العامة الحسنة بين الشرطة و الجمهور تساعد على التواصل بين الطرفين و منه تفعيل الرسالة الإعلامية الأمنية و بالتالي تطوير الإعلام الأمني.
- العلاقات العامة بالشرطة تساهم في التوعية المرورية و ذلك من خلال نجاحها في تعديل السلوك المروري للسائقين حيث نجحت بفضل دورها التوعوي في إقناع الأفراد بتجنب الإفراط في السرعة مع الاقتناع باستخدام حزام الأمن و ذلك بنسبة قدرها 56%.

- العلاقات العامة لا تؤدي دورا فعالا في التخفيض من حوادث المرور بسبب عدم احترام الأفراد لقوانين المرور مما يتسبب في وقوع العديد من حوادث المرور مما يحول دون مقدرة العلاقات العامة بالشرطة على تحسين مستوى الأمن المروري.

Résume

Les relations publiques au sein de la police se distingue d'être l'art de mettre en évidence les efforts de bonne foi qu'elle effectue a la communauté pour convaincre le public de l'importances de ces efforts pour leur protection et sécurité et montrer au public l'importance du système de prestation de la police au niveau des relations publics et la police de soutient.

Cette notification détermine une garantie a caractère sensible pour réduire la criminalité ou lutter contre les fléaux sociaux, ou notifier la sécurité avec la nature d'une prise de conscience d'éducation visant a améliorer la sécurité de la circulation routière a la lumière de celle observée au dernier jour du problèmes croissant des accidents de la circulation en Algérie , et il incombe aux relations publique et le devoir de développer les medias de la sécurité .

L'étude a essaye de faire un aperçu sur le rôle que peuvent les relations publique pour activer le message d'information sur la sécurité et développement de la sécurité de l'information en Algérie, a améliorer la sécurité routière et la réduction des accidents de la circulation en citant le problème suivant :

« quel est le rôle des relations publique dans le développement de la sécurité de information en Algérie ? »

Et des questions supplémentaires sont posées :

- Quel est le rôles des relations publique entre la police et le public dans l'élaboration de la sécurité de l'information en Algérie ?

- Les relations publiques contribuent –elles dans la sensibilisation de la circulation ?

- Les relations publiques de la police jouent-elles un role efficace dans la réduction des accident de la circulation en Algérie ?

L'étude a conclu avec un certain nombre de résultats :

- de bonnes relations publiques entre la police et le public favorisent la communication entre les deux parties et active la sécurité de l'information ainsi que le développement de la sécurité de l'information.

- Les relations publiques ne jouent pas un rôles actif dans la réductions des accidents de la circulation en raison du manque de respect des lois de la circulation résultant de la survenance d'accidents de la circulation , ce nombre empêche la capacité de la police des relations publiques a améliorer le niveau de sécurité de la circulation.

Abstract

Public relations in the police are characterized by being the art of highlighting the efforts made by the police for the well-being and the protection of the community, in order to convince the public of the importance of the mission of the police public relatons are supported by security information.

This later can have a censitive nature to reduce crime, or struggling against social evils, or security notification aiming a making the public aware of the educational nature of security information in the safety of the road accidents in Algeria, thus it is incumbent on public relations the duty to develope the sucurity information.

The study tried to make an insight of the role that might be played by public relations in the police to activate the security information and reducing road accidents by stating the following problem :

« what is the role of the public relations in the development of the security information in Algeria ? »

And the following questions :

- What is the role of the public relations between the police and the public ?

- do the public relations contribute in raising people’s awareness of the traffic ?

- do the public relations play an efficient role in reducing road accidents in Algeria

The study concluded with a number of results :

- Good public relations between the police and the public help in promoting communication between the two parties and thus the development of the security information.

- Public relations in the police contribute in highlighting the public’s awareness of the trafic, an dits success in convincing drivers to avoid accessive speed and the use of safety belt reached the rate of 56%

- public relations don’t play an efficient role in reducing the number of road accidents because of the disrespect of the traffic laws resulting in several road accident ; thus preventing the public relations in the police from improving the level of the traffic safety.